

---

**Plec de prescripcions tècniques del servei de gestió i dinamització de xarxes socials  
del Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona.**

---

## ÍNDEX

### 1. OBJECTE DEL CONTRACTE

#### 1.1. OBJECTIUS DEL CONTRACTE

1.1.1. Lot 1: Gestió i dinamització de les xarxes socials de la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre, Reserva de la Biosfera.

- 1.1.1.1. Objectius generals
- 1.1.1.2. Objectius específics
- 1.1.1.3. Públic Objectiu

1.1.2. Lot 2: Gestió i dinamització del perfil Costa Daurada Convention Bureau a LinkedIn i creació i gestió del perfil del Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona

- 1.1.2.1. Objectius generals
- 1.1.2.2. Objectius específics
- 1.1.2.3. Públic Objectiu

### 2. ESPECIFICACIONS TÈCNIQUES

2.1. Abast del servei objecte de contracte – Lot 1 Gestió i dinamització de les xarxes socials de la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre, Reserva de la Biosfera

2.2. Abast del servei objecte de contracte – Lot 2 Gestió i dinamització del perfil Costa Daurada Convention Bureau a LinkedIn i creació i gestió del perfil institucional del Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona.

### 3. INFORMES DE SEGUIMENT

### 4. EINES TECNOLÒGIQUES

### 5. RECURSOS PER AL DESENVOLUPAMENT DEL SERVEI

### 6. OBLIGACIONS DELS ADJUDICATARIS

### 7. PROPIETAT INTEL·LECTUAL

## 1. OBJECTE DEL CONTRACTE

El present plec té per objecte la regulació de les condicions tècniques que han de regir la contractació per a la prestació de serveis **per a la gestió i dinamització de xarxes socials del Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona (PTDT) Costa Daurada i Terres de l'Ebre, Reserva de la Biosfera i perfils a LinkedIn del Costa Daurada Convention Bureau i Patronat.**

### 1.1. OBJECTIUS DEL CONTRACTE

#### 1.1.1. Lot 1: Gestió i dinamització de les xarxes socials de la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre, Reserva de la Biosfera.

La finalitat és aconseguir donar un salt qualitatiu en la gestió, producció i difusió dels continguts, incrementant la capacitat de generar propostes de valor als seguidors i professionals vinculats, alhora de fomentar la creació d'una comunitat creixent, dinàmica i fidel.

L'actuació sobre aquests canals, ha de contribuir per una banda a augmentar la notorietat, la interacció i l'adequada reputació online posicionant la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre com destinacions de referència en l'àmbit turístic i per una altra, a reforçar la projecció professional i institucional, captant noves oportunitats de negoci i consolidant les relacions amb agents del sector turístic.

##### 1.1.1.1 Objectius generals

- Millorar la visibilitat i posicionament de les marques Costa Daurada i Terres de l'Ebre, Reserva de la Biosfera, en l'ecosistema digital.
- Posar en valor els atributs diferencials de les destinacions per afavorir-ne la diferenciació i el reconeixement per part de la demanda.
- Garantir que els valors de marca siguin clars, coherents i transversals en tots els continguts publicats.
- Comunicar l'avantatge competitiu de les destinacions a través de les xarxes socials, reforçant el seu relat d'identitat.
- Captar i mantenir l'atenció de l'usuari, generant confiança i convertint els perfils en espais d'inspiració i informació de qualitat, rellevant, actualitzada i veraç.
- Promoure un model de turisme responsable, sostenible, experiencial, descentralitzat, desconcentrat i diversificat, d'acord amb les línies estratègiques del Patronat.

- Incrementar el trànsit cap als portals web oficials: [www.costadaurada.info](http://www.costadaurada.info) i [www.terresdelebre.travel](http://www.terresdelebre.travel).

#### **1.1.1.2. Objectius específics**

- Millorar el flux de publicacions dels perfils prioritzant el contingut audiovisual per sobre del text i optimitzar-lo segons criteris d'experiència d'usuari.
- Convertir els perfils en entorns digitals inspiracionals, amb continguts atractius, creatius i formats innovadors que reforcin el relat de les destinacions.
- Definir i implementar una estratègia de continguts alineada per a tot el Patronat incorporant les funcionalitats més avançades del mercat i valorant quines són aplicables o adaptables a les necessitats de les marques.
- Fomentar la interacció amb l'usuari, incorporant eines i funcionalitats que permetin ampliar informació, resoldre dubtes i gestionar suggeriments o queixes.
- Incrementar i millorar l'*engagement* dels usuaris amb els perfils del PTDT.
- Augmentar la comunitat de totes les XXSS on el PTDT és present, garantint un creixement orgànic, sostenible i de qualitat.

#### **1.1.1.3. Públic Objectiu**

Públic final i empreses del sector turístic.

### **1.1.2. Lot 2: Gestió i dinamització del perfil Costa Daurada Convention Bureau a LinkedIn i creació i gestió del perfil del Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona.**

El contracte té com a finalitat reforçar la presència professional del PTDT i del Costa Daurada Convention Bureau a LinkedIn, mitjançant una gestió estratègica orientada al sector turístic i MICE (esdeveniments professionals, reunions, incentius i congressos). El servei ha d'incrementar la visibilitat i posicionament davant d'empreses i professionals, generar vincles i oportunitats de negoci, consolidar un relat corporatiu alineat amb les marques Costa Daurada i Terres de l'Ebre, i crear una comunitat activa basada en continguts rellevants i de qualitat que posin en valor les accions de promoció del territori.

#### **1.1.2.1 Objectius generals pel PTDT**

- Crear i optimitzar el perfil institucional del PTDT a LinkedIn, garantint-ne la coherència visual, informativa i estratègica.
- Transmetre de manera clara i consistent l'estratègia, els projectes i la gestió del Patronat de Turisme per augmentar el posicionament, notorietat i el valor de les marques, així com els seus atributs diferencials, projectes i línies estratègiques.
- Fomentar un model de turisme responsable, sostenible i alineat amb les directrius del Patronat, també en l'àmbit professional.

#### **1.1.2.2 Objectius generals pel MICE**

- Optimitzar i dinamitzar el perfil del Costa Daurada Convention Bureau, reforçant-ne el posicionament en el segment MICE.
- Millorar la visibilitat i reputació institucional del Patronat i del Convention Bureau en l'àmbit professional.
- Comunicar l'avantatge competitiu de les destinacions en l'àmbit turístic dels esdeveniments professionals.
- Convertir els perfils en espais de referència per a empreses, organitzadors d'esdeveniments professionals, institucions i professionals del sector turístic.
- Dirigir trànsit qualificat cap al web professional del Costa Daurada Convention Bureau.

#### **1.1.2.3 Objectius específics pel PTDT**

- Crear continguts de valor afegit (articles, notícies, casos d'èxit, projectes, participació en accions de promoció, informes, infografies) que reforcin el posicionament institucional i professional.
- Explicar i difondre, al sector turístic de la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre i a l'opinió pública en general a través dels usuaris que accedeixen a aquesta plataforma, les accions de màrqueting i comunicació de gestió de les destinacions del territori, posant en relleu les iniciatives del Patronat i la seva contribució al desenvolupament turístic.
- Incrementar la interacció amb els agents del sector, organismes de promoció turística, ens vinculats al coneixement en matèria de turisme i altres ens que gestionen marques turístiques, fomentant converses, respostes i relacions de qualitat amb empreses, institucions i agents del sector.
- Treballar l'*engagement* del perfil, incrementant la participació, les visualitzacions i la rellevància dels continguts publicats.
- Crear un gruix de comunitat de seguidors del perfil, assegurant un creixement orgànic, segmentat i alineat amb els objectius institucionals.
- Garantir una comunicació rigorosa, actualitzada i alineada amb els valors, el to comunicatiu i les directrius del Patronat de la Diputació.

#### 1.1.2.4 Objectius específics de MICE

- Definir una estratègia de continguts professional i especialitzada, adaptada a les necessitats del sector turístic MICE, i coherent amb la comunicació global del Patronat.
- Ampliar la xarxa de contactes professionals, prioritzant perfils rellevants per al desenvolupament de l'activitat MICE.
- Monitorar i analitzar l'activitat del sector a la xarxa per detectar oportunitats, tendències i temes d'interès per tal de generar continguts i tràfic al voltant d'aquestes temàtiques.
- Incrementar la interacció amb la comunitat professional, fomentant converses, respostes i relacions de qualitat amb empreses i agents del sector.
- Millorar l'*engagement* del perfil, incrementant la participació, les visualitzacions i la rellevància dels continguts publicats.
- Incrementar la comunitat de seguidors del perfil, assegurant un creixement orgànic, segmentat i alineat amb els objectius institucionals

#### 1.1.2.4 Públic Objectiu

Els segments principals de públic objectiu són els següents:

1. Perfil del Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona:

Empreses del sector turístic en general. Institucions

del sector turístic.

Institucions i administracions públiques i privades.

Institucions i organismes acadèmics.

Mitjans de comunicació.

Ciutadania amb interès sobre el sector.

2. Perfil de Costa Daurada Convention Bureau:

Empreses del sector turístic especialitzades en MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions & Events), incloent:

Membres del Costa Daurada Convention Bureau.

Institucions públiques vinculades al turisme i a l'organització d'esdeveniments professionals.

Prescriptors i mitjans de comunicació especialitzats en turisme MICE.

## 2. ESPECIFICACIONS TÈCNIQUES

Els adjudicataris hauran de proporcionar un servei sòlid que atengui de forma global les necessitats de presència online del Patronat, atenent els estàndards definits en el present document.

Els adjudicataris, en el moment de presentar les seves propostes, han de tenir en compte l'ordre dels elements detallats en el present plec i seguir-ne la seva estructura de forma explícita.

### 1.2 Abast del servei objecte de contracte – Lot 1 Gestió i dinamització de les xarxes socials de la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre, Reserva de la Biosfera.

#### Estratègia i planificació

- o **Elaborar i actualitzar l'estratègia social *media*** dels canals socials de Costa Daurada i Terres de l'Ebre, Reserva de la Biosfera. Revisió anual dels canals socials on es té presència, els diferents perfils gestionats, els seus objectius estratègics, l'estratègia i/o política de *hashtags* (#), el ritme, els formats de publicacions o posts de cadascun dels canals. S'haurà de tenir en compte les conclusions extretes i presentades en la memòria anual de tota l'activitat desenvolupada durant l'exercici anterior. Durant el primer any de

vigència del contracte, aquesta estratègia s'haurà de presentar dins del termini màxim d'1 mes des de la seva formalització. En el cas que s'exerceixin les pròrrogues durant el primer mes de vigència del contracte de cadascuna de les pròrrogues.

- o **Planificació del pla de continguts:** gestió de continguts, creació i publicació programada, que permeti donar seguiment i gestionar aprovacions de les publicacions proposades a tots els perfils existents a XXSS. La redacció i planificació de les publicacions dels perfils ha d'estar coordinada i consensuada amb els responsables de continguts digitals del PTDT, mitjançant un *planning* setmanal o quinzenal. Un cop aprovades les publicacions en català, caldrà traduir-les en 4 idiomes (castellà, anglès, francès i alemany). La despesa de les traduccions seran a càrrec de l'empresa adjudicatària.
- o **Editar, mantenir i actualitzar el calendari editorial de tots els perfils socials.** L'empresa adjudicatària haurà d'elaborar i mantenir actualitzat el calendari editorial. Aquest calendari estarà a l'abast del PTDT. El calendari editorial haurà de contemplar i donar visibilitat a tota l'oferta de les dues destinacions, donant prioritat a l'oferta vinculada directament a membres i col·laboradors del PTDT. El calendari es mantindrà actualitzat amb previsió d'un mes i capacitat d'adaptació a imprevistos en 24 hores.
- o **Creació i difusió de campanyes especials vinculades a esdeveniments** i activitats especials (prèvia, durant i post esdeveniment).

#### Protocols i gestió

- o **Generar els diferents protocols de seguiment i acció:** crisi de reputació on- line, continguts sensibles i respostes estàndards prèvia revisió per part del PTDT.
- o **Garantir un canal de comunicació directa** (telèfon o missatgeria instantània) per a situacions d'emergència o crisis de reputació digital. En cas que es detecti una crisi (*haters*, atacs coordinats, contingut inapropiat, notícia negativa, queixes objectives), l'empresa tindrà un termini màxim de 24 hores per activar el protocol de resposta, independentment de si és dia feiner o festiu.
- o **Fer un seguiment actiu i continuat de l'entorn digital** per detectar comentaris, incidències o converses que puguin afectar la qualitat o la imatge de les destinacions

#### Dinamització de continguts

- o **Generar i cercar propostes de contingut editorial** afí a les marques turístiques i les destinacions. L'empresa adjudicatària haurà de proposar, crear i publicar continguts alineats amb les marques

turístiques prèvia revisió per part del PTDT en el període acordat per ambdues parts. La freqüència haurà de ser de com a mínim un (1) post diari a cada xarxa social gestionada. A més, haurà de compartir contingut de tercers rellevant per les destinacions.

- o **Realitzar les creativitats per les *instastories*** per dinamitzar el canal i promoure la visualització dels continguts propis i de tercers.
- o **Creació de sortejos/concursos/promocions per dinamitzar la interacció a les xarxes.** Un mínim de quinze (15) a l'any. S'haurà d'utilitzar una eina per crear i gestionar fàcilment aquestes accions, que permeti augmentar la interacció, captar i fidelitzar clients, tipus Easypromos o App Sorteos. El cost d'aquesta plataforma digital anirà a càrrec de l'empresa adjudicatària.
- o **Tractament gràfic i adaptació dels materials** lliurats pel PTDT (fotografies, vídeos, etc.).
- o **Gestió d'imatges i drets d'ús.** L'empresa adjudicatària serà responsable de la cerca, selecció i obtenció de les imatges, vídeos i materials necessaris per a les publicacions als perfils socials garantint-ne els drets d'us corresponents, demanant les autoritzacions dels titulars dels drets i assumint qualsevol responsabilitat o cost derivat d'un ús indegut o no autoritzat. L'adjudicatari no utilitzarà imatges que no corresponguin a les destinacions Costa Daurada o Terres de l'Ebre.
- o **Cerca de material gràfic i audiovisual de qualitat** per la posterior creació i adaptacions de les publicacions per tal de dinamitzar les xarxes socials, seguint el procés de gestió de permisos d'ús i citació correcta i adequat.
- o **Adaptació a noves funcionalitats de les xarxes socials que puguin generar i/o innovar els diferents canals socials**, com poden ser actualment les funcionalitats disponibles dels *stories*, *filtres*, *Reels*, vídeo *live*, articles i imatges posts o de noves que puguin anar sorgint.
- o **Dinamitzar diàriament en cinc (5) idiomes:** català, castellà, anglès, francès i alemany, els canals socials del PTDT. Si durant la vigència del contracte el PTDT decideix obrir noves estratègies en altres mercats, l'empresa adjudicatària haurà d'incorporar màxim 1 (un) idioma sense que això comporti cap cost addicional per a l'adjudicatari. La despesa de les traduccions seran a càrrec de l'empresa adjudicatària.

#### **Àmbit Costa Daurada**

| Perfil      | Url del perfil de marca                                                                           | Perfil de marca  | Hashtags      |
|-------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|---------------|
| Instagram   | <a href="https://www.instagram.com/costadauradatur">https://www.instagram.com/costadauradatur</a> | @costadauradatur | #CostaDaurada |
| X (twitter) | <a href="https://twitter.com/costadauradatur">https://twitter.com/costadauradatur</a>             | @costadauradatur | #CostaDaurada |
| Facebook    | <a href="https://www.facebook.com/costadauradatur">https://www.facebook.com/costadauradatur</a>   | @costadauradatur | #CostaDaurada |
| TikTok      | <a href="https://www.tiktok.com/@costadauradatur">https://www.tiktok.com/@costadauradatur</a>     | @costadauradatur | #CostaDaurada |
| Youtube     | <a href="https://www.youtube.com/costadauradatur">https://www.youtube.com/costadauradatur</a>     | @costadauradatur | #CostaDaurada |

### Àmbit Terres de l'Ebre

| Perfil      | Url del perfil de marca                                                                               | Perfil de marca      | Hashtags       |
|-------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|----------------|
| Instagram   | <a href="https://www.instagram.com/terresebre">https://www.instagram.com/terresebre</a>               | @terresebre          | #TerresdelEbre |
| X (twitter) | <a href="https://twitter.com/terresebretur">https://twitter.com/terresebretur</a>                     | @terresebretur       | #TerresdelEbre |
| Facebook    | <a href="https://www.facebook.com/terresebretur">https://www.facebook.com/terresebretur</a>           | @terresebretur       | #TerresdelEbre |
| TikTok      | <a href="https://www.tiktok.com/terresebretur">https://www.tiktok.com/terresebretur</a>               | @terresebretur       | #TerresdelEbre |
| Youtube     | <a href="https://www.youtube.com/terresdelebretravel">https://www.youtube.com/terresdelebretravel</a> | @terresdelebretravel | #TerresdelEbre |

- o Incloure les possibles activacions de nous perfils socials que vagin sorgint al llarg de la durada d'aquest contracte.

### Servei de creativitats

- o **Producció pròpia de continguts "digitals especials"** (vídeos, infografies, creativitats, etc.) mensuals d'acord amb les novetats i l'actualitat de cada XXSS.
- o **Realització d'un Reel propi mensual per cada destinació** a través d'influencers i d'aliances amb col·laboradors externs tant proporcionats pel Patronat com proposats per l'empresa (sense cost extra pel Patronat). Hauran de tenir una durada de fins a 30 segons d'acord amb les necessitats del Patronat. D'aquests, com a mínim 4 a l'any, hauran de ser enregistrats total o parcialment amb dron si així ho requereix el Patronat.
- o **Realització d'un article mensual per a cada destinació** per publicar a les pàgines web i difondre a través de les XXSS per generar tràfic. Haurà de tenir una extensió de fins a 1.500 paraules. S'hauran de traduir al castellà, anglès, francès i alemany.
- o **Banners, adaptacions de vídeos i animacions** necessàries tant per campanyes de pagament com per la publicació a les xarxes socials.

- o **Tot el material creat per la gestió de les xarxes socials d'ambdues marques** (vídeos, infografies, *Reels*, articles, etc...) **passaran a ser propietat del PTDT.**
- o **L'adjudicatari ha de comunicar expressament l'ús d'eines d'Intel·ligència Artificial en la generació de textos o imatges.** En cap cas es permetrà l'ús d'IA per a la creació de notícies o respostes oficials sense supervisió humana directa (Human-in-the-loop) i tampoc l'ús d'imatges que no siguin reals de les destinacions. L'adjudicatari serà l'únic responsable d'assegurar que els continguts generats no infringeixin drets d'autor ni continguin informació falsa. Així mateix, haurà de complir, en tot moment, les obligacions que li siguin aplicables d'acord amb el Reglament (UE) 2024/1689 del Parlament Europeu i del Consell, de 13 de juny de 2024 (Reglament d'Intel·ligència Artificial), especialment les relatives a la transparència en l'ús responsable de sistemes d'IA, la supervisió humana dels resultats generats i la identificació dels continguts generats o manipulats artificialment quan així exigeixi la normativa vigent.
- o **Accessibilitat digital dels continguts.** Totes les administracions públiques han de donar compliment als requisits d'accessibilitat del Reial Decret 1112/2018, relatiu a l'accessibilitat dels llocs web i aplicacions per a dispositius mòbils del sector públic, així com de l'estàndard europeu UNE-EN 301549, que incorpora els criteris WCAG 2.1 nivell AA. Aquesta exigència implica que l'empresa adjudicatària haurà de garantir, com a mínim, que:
  - Tots els vídeos publicats o produïts incorporin subtítols adequats per permetre la comprensió sense so.
  - Totes les imatges, gràfics i infografies incloguin text alternatiu (ALT) que descrigui el contingut de manera clara i útil.
  - Els contrastos de color utilitzats en els materials gràfics i audiovisuals compleixin els criteris de perceptibilitat i llegibilitat exigits per les WCAG 2.1 AA.

La producció de continguts descrita en aquest apartat i que puguin anar sorgint al llarg de la durada del contracte, disposaran d'un pressupost específic assignat, que està detallat a la memòria del contracte.

#### **Gestió de comunitat i interacció**

- o Seguiment i escolta activa **365/7/24 (durant 24 hores, 7 dies a la setmana i 365 dies a l'any).** Realitzar l'escolta activa de les comunicacions i converses generades als diferents perfils socials del Patronat i, si s'escau, ser participants d'aquestes. Al mateix temps caldrà fer seguiment, donar resposta als usuaris en un màxim de 24h i reaccionar davant les mencions directes a Costa Daurada i Terres de l'Ebre, seguint el protocol d'actuació marcat.
- o **Generar i aplicar diàriament una línia editorial que afavoreixi la interrelació entre els diferents perfils socials B2C.** L'empresa haurà de plantejar publicacions estratègiques que promoguin accions d'interacció i interrelació entre els diferents perfils i/o canals del PTDT, afavorint així l'abast i la qualitat dels continguts.

- o **Promoure accions diàries d'interacció** entre els diferents col·laboradors, membres i empreses del sector turístic d'ambdues marques.
- o **Gestió de reputació online**, garantint la vigilància, detecció i gestió de converses que afectin la reputació de les marques Costa Daurada i Terres de l'Ebre. Coordinació amb el PTDT de situacions sensibles donant resposta amb missatges alineats amb el to institucional si s'escau.
- o **Seguiment d'accions i/o acords dutes a terme pel PTDT amb influencers i creadors de continguts (com instagramers, youtubers, etc..)**. Aportar valoració dels *influencers*, revisar els possibles plans de comunicació vinculats i elaborar informes de resum de les accions que incloguin les KPI's principals d'acord amb les especificitats del punt 3, Informes de seguiment, d'aquest Plec.
- o **Creació de propostes innovadores per tal de dinamitzar** els diferents canals socials del Patronat i que afavoreixi una millora en els resultats.

#### **Gestió de *Paid Media* i promoció de continguts**

- o **Definir i desenvolupar l'estratègia anual de publicitat digital** a les diferents xarxes socials del Patronat, incloent-hi Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, X i aquelles plataformes que es puguin incorporar durant la vigència del contracte. Durant el primer any de vigència del contracte, aquesta estratègia s'haurà de presentar dins del termini màxim d'1 mes des de la seva formalització. En el cas que s'exerceixin les pròrrogues durant el primer mes de vigència del contracte de cadascuna de les pròrrogues. L'estratègia haurà de contemplar els objectius específics de cada campanya, els públics prioritaris, les segmentacions adequades, els formats recomanats, les propostes de pressupost i indicadors necessaris per garantir un rendiment òptim de les accions de pagament. Així mateix, l'estratègia haurà de preveure la possibilitat de desenvolupar campanyes específiques no ordinàries, com ara accions de captació de seguidors o altres iniciatives puntuals, que seran sol·licitades pel PTDT mitjançant el corresponent briefing. En aquests casos, l'empresa adjudicatària haurà de presentar una proposta estratègica i econòmica detallada per a la seva validació prèvia.
- o **Integrar les campanyes de *Social Paid* dins l'estratègia global de continguts** i dins les campanyes de comunicació del PTDT, assegurant la coherència entre les accions orgàniques i les de pagament, i garantint que totes les actuacions contribueixen als objectius generals de visibilitat, posicionament i captació de públic de les marques Costa Daurada i Terres de l'Ebre.

- o **Configurar, executar i monitorar les campanyes de promoció de publicacions**, trànsit web, notorietat, *engagement*, *leads* o qualsevol altre objectiu que es defineixi conjuntament amb el PTDT. L'empresa haurà de vetllar pel correcte funcionament de les campanyes, realitzant ajustos i optimitzacions de manera continuada per millorar-ne els resultats.
- o **Crear les peces creatives necessàries per a les campanyes de pagament**, incloent-hi *banners*, vídeos curts, adaptacions de contingut, animacions, creativitats específiques per a cada plataforma i textos publicitaris. Aquestes peces hauran de complir els requisits tècnics de cada xarxa social i mantenir la coherència visual i narrativa amb les marques del Patronat.

Les accions de publicitat digital descrites en aquest apartat disposaran d'un pressupost específic assignat, que està detallat a la memòria del contracte com a Inversió en anuncis.

#### **Mesura i optimització**

- o **Creació de *dashboards*** per visualitzar el rendiment de les publicacions en XXSS. Mesurar l'orgànic i de pagament de forma diferenciada i valorar les campanyes de *Social Paid* a totes les XXSS.
- o **Mesurar**, comparar i contrastar les campanyes realitzades per millorar els resultats.
- o **Seguiment i monitoratge diaris dels diferents canals de xarxes socials** on està present el Patronat, mitjançant la gestió d'una eina d'anàlisi tipus Metricool. Inclourà el manteniment i/o actualització d'aquestes plataformes.
- o **Optimització AEO i optimització per a sistemes d'IA generativa** dels continguts. L'estratègia d'optimització de contingut (AEO – Optimització per motors de resposta) haurà de contemplar no només criteris clàssics de paraules clau, abast i interacció, sinó també la optimització semàntica, estructural i d'autoritat dels continguts, per tal que aquests siguin fàcilment comprensibles, interpretables i considerats fiables per sistemes d'IA generativa i motors de cerca basats en intel·ligència artificial (com ara assistents conversacionals o cercadors d'última generació).
- o **Optimització de campanyes A/B *testing***, ajustos de segmentació, millora de CTR, optimització de costos i recomanacions de millora basades en dades.

#### **Coordinació i assessorament**

- o S'estableix **una (1) reunió de seguiment mensual amb els responsables del PTDT**, o dues en cas que sigui necessari.

- o Assessorament, col·laboració i seguiment d'aquelles accions i/o campanyes on-line realitzades pel Patronat** i vinculades directament als canals socials. Redacció d'un informe final d'acord amb les especificitats del punt 3, Informes de seguiment, d'aquest Plec.
- o Proposta, valoració, assessorament i creació d'un mapa d'influencers i creadors de continguts.** L'empresa adjudicatària haurà de desenvolupar un servei d'assessorament estratègic i de coordinació orientat a identificar, valorar i proposar col·laboracions amb influencers, bloggers i creadors de contingut que puguin contribuir al posicionament de les marques Costa Daurada i Terres de l'Ebre – Reserva de la Biosfera. Aquest servei té com a finalitat reforçar la presència digital de les destinacions, ampliar i diversificar les comunitats a les xarxes socials i generar continguts de qualitat alineats amb els valors i objectius del Patronat de Turisme. A sol·licitar dues (2) vegades l'any, amb la possibilitat d'ampliar-ho a tres en cas que les necessitats operatives així ho requereixin. Aquest mapa ha d'incloure mínim: informació bàsica de l'influencer (nom, procedència, xxss on es present i enllaços a les mateixes), dades quantitatives (número de seguidors a cada plataforma, engagement i creixement), dades qualitatives (tipus de contingut que publica, estil, qualitat visual, valors que transmet), perfil de la seva audiència (edat, gènere, procedència, interessos) i afinitat amb les destinacions i valor potencial per les destinacions.
- o Propostes de millora i seguiment de tendències,** semestralment es presentarà un informe amb les novetats en els canals, opcions de publicitat, estratègies de dinamització, proposta de nous canals, eines digitals, etc..
- o Estar al dia de l'actualitat en l'àmbit social media així com informar-se sobre temes** de la comunitat, llegir *blogs*, fòrums i monitoratge de canals on existeixin converses rellevants respecte als interessos del Patronat i els seus *targets*.
- o Assessorament en l'Optimització dels continguts per a entorns d'IA.** L'empresa adjudicatària haurà de proposar indicadors qualitius i quantitatius relacionats amb la visibilitat, la coherència semàntica i la consolidació de l'autoritat digital dels perfils gestionats, depenent del ritme de canvi dels algorismes, així com presentar semestralment una memòria de seguiment d'acord amb les especificitats del Punt 3, Informes de seguiment, d'aquest Plec.

### 1.3 Abast del servei objecte de contracte – Lot 2 Gestió i dinamització del perfil Costa Daurada Convention Bureau a LinkedIn i creació i gestió del perfil del Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona.

#### Estratègia i planificació

- o **Elaborar i actualitzar l'estratègia social media professional** per als perfils de LinkedIn del Costa Daurada Convention Bureau i del Patronat de Turisme. Durant el primer any de vigència del contracte, aquesta estratègia s'haurà de presentar dins del termini màxim d'1 mes des de la seva formalització. En el cas que s'exerceixin les pròrrogues durant el primer mes de vigència del contracte de cadascuna de les pròrrogues. Inclourà una revisió anual dels objectius estratègics, línies editorials, públics prioritaris, formats, to professional, política d'etiquetatge i *hashtags*, i idiomes utilitzats. S'haurà de tenir en compte les conclusions extretes i presentades en la memòria anual de tota l'activitat desenvolupada durant l'exercici anterior.
- o **Creació i implementació del pla de continguts professional**, incloent la gestió, redacció, programació i publicació de continguts orientats al sector turístic, empresarial i MICE. La planificació s'haurà de consensuar amb els responsables del PTDT mitjançant un planning trimestral.
- o **Traducció dels continguts aprovats** en català a dos (2) idiomes: castellà i anglès en el cas del perfil del Costa Daurada Convention Bureau. En el cas del perfil del Patronat de Turisme, únicament en català. La despesa de les traduccions seran a càrrec de l'empresa adjudicada.
- o **Creació, manteniment i actualització del calendari editorial professional**, accessible al PTDT, amb una previsió mínima d'un (1) mes i capacitat d'adaptació a imprevistos en un termini màxim de 24 hores. El PTDT facilitarà dos (2) cops l'any a l'empresa adjudicatària un pla de comunicació amb les principals accions previstes que hauran de ser comunicades a través dels perfils del Costa Daurada Convention Bureau i del PTDT.
- o **Disseny i execució de campanyes especials** vinculades a fires, workshops, esdeveniments MICE, accions institucionals, projectes estratègics o presentacions corporatives (fase prèvia, durant i post).

#### Protocols i gestió

- o **Definir i actualitzar protocols d'actuació** per a situacions de crisi reputacional, gestió de comentaris sensibles, respostes estàndard i actuacions en casos de mencions institucionals rellevants. La revisió es farà en consens amb el PTDT.

- o **Garantir un canal de comunicació directa** (telèfon o missatgeria instantània) per a situacions d'emergència o crisis de reputació digital. En cas que es detecti una crisi (*haters*, atacs coordinats, contingut inapropiat, notícia negativa, queixes objectives), l'empresa tindrà un termini màxim de 24 hores per activar el protocol de resposta, independentment de si és dia feiner o festiu.
- o **Vigilància activa de la comunitat professional**, garantint la qualitat de les interaccions, la detecció d'oportunitats i la gestió adequada de comentaris i missatges.

#### **Gestió de reputació online i monitoratge institucional**

- o **Realitzar una vigilància activa i continuada** de les mencions, comentaris i converses professionals relacionades amb el Patronat de Turisme i el Costa Daurada Convention Bureau, detectant oportunitats, riscos reputacionals i continguts sensibles que puguin afectar la imatge institucional.
- o **Gestionar les respostes a comentaris i missatges** en un termini màxim de 24 hores, garantint un to institucional, rigorós i adequat al context professional de LinkedIn.
- o **Monitorar converses** en perfils d'institucions, empreses, operadors MICE, associacions i actors rellevants del sector, identificant temàtiques emergents, percepcions del sector i oportunitats de posicionament institucional. Especial seguiment de les publicacions fetes pels membres del CDCB.

#### **Dinamització de continguts**

- o **Cerca i generació de continguts professionals** alineats amb els objectius del Patronat i del Convention Bureau: notícies, projectes, accions institucionals, participació en fires, estudis, casos d'èxit, novetats del sector, etc.
- o **Adaptació i tractament gràfic** dels materials proporcionats pel PTDT i cerca d'imatges o recursos visuals lliures de drets quan sigui necessari.
- o **Actualització constant a noves funcionalitats de LinkedIn**, com ara *newsletters*, articles llargs, esdeveniments, *lives*, documents descarregables, carrusels, etc.
- o **Dinamització regular dels perfils** garantint un to comunicatiu professional i alineat amb les marques:
  - o **En el perfil LinkedIn MICE**, la naturalesa del sector i la disponibilitat de continguts fan que no sigui viable establir una

periodicitat setmanal fixa, tot i que en cap cas serà més de 6 posts al mes. La publicació es realitzarà en funció de l'actualitat, les oportunitats i els continguts de valor disponibles, incloent-hi la comunicació de totes les accions a les quals assisteixi o participi el Costa Daurada Convention Bureau. Algunes d'aquestes accions estaran definides en el pla de comunicació que facilitarà el Patronat.

- o En el perfil LinkedIn del PTDT**, es preveu una mitjana d'entre 2 i 4 publicacions setmanals, tot i que aquesta freqüència podrà variar segons la setmana. De manera recurrent sorgiran accions, temes i continguts que requeriran ser comunicats. La gestió d'aquests continguts sobrevinguts constituirà una part substancial del volum de feina i haurà de ser incorporada al calendari editorial amb l'agilitat necessària.
- o En el perfil del Convention Bureau es requereix la supervisió i validació del PTDT** de tots els continguts, 48h laborables abans de publicar.
- o En el perfil del PTDT es lliuraran els continguts treballats** perquè l'empresa adjudicada els adapti a la xarxa i el publiqui després d'ésser validat.
- o Gestió d'imatges i drets d'ús.** En alguns casos, l'empresa adjudicatària serà responsable de la cerca, selecció i obtenció de les imatges, vídeos i materials necessaris per a les publicacions als perfils socials garantint-ne els drets d'ús corresponents, demanant les autoritzacions dels titulars dels drets i assumint qualsevol responsabilitat o cost derivat d'un ús indegut o no autoritzat. L'adjudicatari no utilitzarà imatges que no corresponguin a les destinacions Costa Daurada o Terres de l'Ebre.
- o Integrar les campanyes de pagament dins l'estratègia global de continguts** i dins les accions professionals del PTDT, assegurant coherència i alineació amb els objectius corporatius. Les accions de publicitat digital disposaran d'un pressupost específic assignat, que està detallat a la memòria del contracte com a Inversió en anuncis. En cas d'haver campanyes específiques, sol·licitades pel PTDT mitjançant un briefing, l'empresa adjudicatària haurà de presentar una proposta estratègica i econòmica detallada per a la seva validació prèvia.

#### **Servei de creativitats**

- o Producció de continguts audiovisuals i gràfics** per als dos perfils de LinkedIn, amb un mínim anual de: dotze (12) vídeos breus; dotze (12) testimonis professionals o formats similars; vint (20) infografies; vint (20) creativitats corporatives; vint (20) presentacions visuals i

altres recursos o materials creatius que puguin sorgir al llarg de la vigència del contracte i que contribueixin a millorar la interacció i la visualització dels continguts, d'acord amb les necessitats del servei.

- o **Redacció d'un article al mes** per al perfil del Convention Bureau, orientats a reforçar el posicionament professional i aportar valor al sector. Haurà de tenir una extensió de fins a 1.500 paraules. S'haurà de traduir al castellà i anglès.
- o **Tot el material creat per la gestió de les xarxes socials d'ambdues marques** (vídeos, infografies, *Reels*, articles, etc...) **passaran a ser propietat del PTDT.**
- o **L'adjudicatari ha de comunicar expressament l'ús d'eines d'Intel·ligència Artificial en la generació de textos o imatges.** En cap cas es permetrà l'ús d'IA per a la creació de notícies o respostes oficials sense supervisió humana directa (Human-in-the-loop) i tampoc l'ús d'imatges que no siguin reals de les destinacions. L'adjudicatari serà l'únic responsable d'assegurar que els continguts generats no infringeixin drets d'autor ni continguin informació falsa. Així mateix, haurà de complir, en tot moment, les obligacions que li siguin aplicables d'acord amb el Reglament (UE) 2024/1689 del Parlament Europeu i del Consell, de 13 de juny de 2024 (Reglament d'Intel·ligència Artificial), especialment les relatives a la transparència en l'ús responsable de sistemes d'IA, la supervisió humana dels resultats generats i la identificació dels continguts generats o manipulats artificialment quan així exigeixi la normativa vigent.
- o **Accessibilitat digital dels continguts.** Totes les administracions públiques han de donar compliment als requisits d'accessibilitat del Reial Decret 1112/2018, relatiu a l'accessibilitat dels llocs web i aplicacions per a dispositius mòbils del sector públic, així com de l'estàndard europeu UNE-EN 301549, que incorpora els criteris WCAG 2.1 nivell AA. Aquesta exigència implica que l'empresa adjudicatària haurà de garantir, com a mínim, que:
  - Tots els vídeos publicats o produïts incorporin subtítols adequats per permetre la comprensió sense so.
  - Totes les imatges, gràfics i infografies incloguin text alternatiu (ALT) que descrigui el contingut de manera clara i útil.
  - Els contrastos de color utilitzats en els materials gràfics i audiovisuals compleixin els criteris de perceptibilitat i llegibilitat exigits per les WCAG 2.1 AA.

La producció de continguts descrita en aquest apartat i que puguin anar sorgint al llarg de la durada del contracte, disposaran d'un pressupost específic assignat, que està detallat a la memòria del contracte.

#### **Gestió de comunitat i interacció**

- o **Seguiment i escolta activa 365/7/24**, amb resposta a missatges i comentaris en un màxim de 24 hores, segons el protocol establert.
- o **Generació d'una línia editorial B2B** que afavoreixi la interrelació entre els perfils del Patronat i del Convention Bureau, així com amb

altres actors professionals vinculats al suport de la comercialització turística, a la difusió i a la transferència de coneixement.

- o **Promoció d'interaccions amb empreses, institucions, operadors, associacions i agents del sector MICE**, per fomentar relacions de valor.
- o **Seguiment continuat d'accions amb prescriptors professionals**, com experts del sector, ponents, organitzadors d'esdeveniments, etc., per publicar continguts de valor amb la comunitat
- o **Proposta d'accions innovadores** per dinamitzar els perfils i millorar-ne l'impacte, l'abast i la rellevància.

#### Mesura i optimització

- o **Creació de *dashboards* específics per LinkedIn**, diferenciant resultats orgànics i de pagament, i valorant l'impacte de campanyes de *Social Paid* si n'hi ha.
- o **Anàlisi comparativa i evolutiva** de les publicacions, campanyes i accions professionals per millorar resultats.
- o **Seguiment i monitorització** mitjançant eines d'anàlisi professional (Hootsuite, Social Bakers, LinkedIn Analytics o equivalents), incloent manteniment i actualització.
- o **Optimització AEO i optimització per a sistemes d'IA generativa** dels continguts. L'estratègia d'optimització de contingut (AEO – Optimització per motors de resposta) haurà de contemplar no només criteris clàssics de paraules clau, abast i interacció, sinó també la optimització semàntica, estructural i d'autoritat dels continguts, per tal que aquests siguin fàcilment comprensibles, interpretables i considerats fiables per sistemes d'IA generativa i motors de cerca basats en intel·ligència artificial (com ara assistents conversacionals o cercadors d'última generació).
- o En cas necessari **optimització de campanyes A/B testing**, ajustos de segmentació, millora de CTR, optimització de costos i recomanacions de millora basades en dades.

#### Coordinació i assessorament

- o **Reunions de seguiment trimestrals** amb els responsables del PTDT.
- o **Assessorament i col·laboració** en accions i possibles campanyes online vinculades a la presència professional del Patronat.

- o **Elaboració d'informes mensuals de seguiment i informes finals** de les accions especials, incloent KPI principals d'acord amb les especificitats del punt 3, Informes de seguiment, d'aquest Plec.
- o **Proposta i valoració de prescriptors professionals**, experts del sector i perfils rellevants per a la comunicació del MICE. A sol·licitar dues (2) vegades l'any.
- o **Informe de seguiment semestral de tendències professionals i novetats** en l'àmbit de LinkedIn, comunicació turística, MICE i turisme professional.
- o **Assessorament en optimització de continguts per a entorns d'IA.**  
L'empresa adjudicatària haurà de proposar indicadors qualitius i quantitius relacionats amb la visibilitat, la coherència semàntica i la consolidació de l'autoritat digital dels perfils gestionats, depenent del ritme de canvi dels algorismes, així com presentar semestralment una memòria de seguiment d'acord amb les especificitats del Punt 3, Informes de seguiment, d'aquest Plec.

### 3. INFORMES DE SEGUIMENT

#### 3.1. Informes pel Lot 1

**Informes setmanals de comportament de les xarxes socials de la Costa Daurada i Terres de l'Ebre** on es reculli de cada xarxa l'evolució del creixement de les comunitats, les impressions, interaccions, reaccions, publicacions i publicacions vistes en el període, rànquing de posts i reels, demografia: sexe i països, visualitzacions de contingut a les pàgines, clics, abast mitjana per dia, rànquing de Hashtags.

**Informe setmanal del resum de la planificació de continguts per a cada destinació** indicant, per dia: temàtica publicada, comarca a la que pertany, municipi. Resum del nombre de seguidors, nombre de posts publicats per xarxa social, post i reel publicat a cada xxss amb més impacte i rànquing d'històries a instagram.

**Avaluació i seguiment dels resultats dels canals socials del Patronat mitjançant informes mensuals-** de manera individual: Costa Daurada i Terres de l'Ebre, Reserva de la Biosfera. Els informes mensuals hauran de presentar una anàlisi quantitativa i qualitativa del rendiment de tots els canals, incorporant les KPI's definides conjuntament amb el Patronat, així com l'evolució respecte a períodes anteriors, la identificació de tendències i l'avaluació del comportament de la comunitat i del rendiment dels continguts. També hauran d'incloure reflexions estratègiques i propostes de millora basades en les dades obtingudes, amb l'objectiu de facilitar la presa de decisions i l'optimització contínua de l'activitat digital.

**Informes de resum de les accions i/o acords dutes a terme pel PTDT amb *influencers* i creadors de continguts (com *instagramers*, *youtubers*, *prescriptors*, etc..)** que incloguin mínim les següents KPI's: m'agrada, abast, impressions, freqüència, visualitzacions, reaccions/interaccions, mencions, seguidors, visites/activitat al perfil, dades de les històries, comentaris, guardats, entre d'altres, així com una valoració global de les

accions. Aquests informes es lliuraran en un termini màxim de 15 dies hàbils a comptar des de la data de finalització de l'acció.

**Informes de seguiment d'accions, campanyes, sortejos i/o acords dutes a terme pel PTDT** que incloguin mínim les següents KPI's: impressions, abast, interaccions, número de seguidors nous, comentaris, guardats, likes, visites/activitat al perfil i clics a l'enllaç. Aquests informes es lliuraran màxim en un termini de 15 dies hàbils a comptar des de la data de finalització de l'acció.

**Memòria de seguiment semestral d'optimització de continguts i millora en l'ús d'eines i aplicacions IA** per a cada destinació i perfil, que aportin un valor substancial al treball diari, l'evolució dels principals indicadors de rendiment de continguts i una valoració qualitativa de les tendències observades. L'informe haurà d'incorporar també propostes orientades a reforçar la presència digital, millorar la rellevància semàntica i consolidar l'autoritat de les destinacions en entorns socials i en motors de cerca basats en AEO.

**Informes semestrals de reputació online** amb volum de mencions, sentiment cap a les destinacions, temàtiques recurrents, riscos detectats i recomanacions d'actuació per reforçar la imatge corporativa i professional del PTDT i del Convention Bureau.

**Informe semestral per presentar les novetats** en els canals, opcions de publicitat, estratègies de dinamització, proposta de nous canals, eines digitals, seguiment de tendències, etc..

**Realització d'una memòria anual que inclogui tota l'activitat desenvolupada durant l'exercici i acció realitzada als entorns socials del Patronat**, en base a les KPI's definides conjuntament, campanyes i accions especials. Com en el cas dels informes mensuals, aquest serà també presentat acompanyat de reflexions, conclusions i recomanacions orientades a la millora contínua que ajudin a incorporar millores per a la planificació de l'any següent. Aquestes conclusions s'hauran de veure reflectides en l'estratègia *social media* de l'any següent.

Per garantir una correcta interpretació dels resultats i una alineació permanent amb els objectius del Patronat, l'empresa haurà de participar en reunions de seguiment trimestrals, així com en aquelles trobades extraordinàries que el Patronat consideri necessàries.

El Patronat podrà demanar detalls i aclariments d'aquests informes sempre que ho estimi necessari.

Els informes setmanals s'hauran de lliurar entre el dimarts i dijous de la setmana següent a la realització de les activitats de la setmana anterior.

Els informes mensuals s'hauran de lliurar entre el dia 2 i el 15 del mes següent a la realització de les activitats del mes anterior.

Els informes semestrals s'hauran de lliurar entre el dia 2 i el 15 del mes següent a la realització de les activitats del semestre anterior.

Els informes anuals s'hauran de lliurar entre el dia 10 i el 20 del mes següent a la realització de les activitats dels 12 mesos anteriors.

### 3.2. Informes pel Lot 2

**Avaluació i seguiment dels resultats dels canals socials del Patronat mitjançant informes mensuals**- de manera individual per al perfil a LinkedIn del Costa Daurada Convention Bureau i perfil a LinkedIn del Patronat. Els informes mensuals hauran de presentar una anàlisi quantitativa i qualitativa del rendiment de tots els canals, incorporant les KPI's definides conjuntament amb el Patronat, així com l'evolució respecte a períodes anteriors, la identificació de tendències i l'avaluació del comportament de la comunitat i del rendiment dels continguts. També hauran d'incloure reflexions estratègiques i propostes de millora basades en les dades obtingudes, amb l'objectiu de facilitar la presa de decisions i l'optimització contínua de l'activitat digital

**Memòria de seguiment semestral d'optimització de continguts i millora en l'ús d'eines i aplicacions IA** per a cada destinació i perfil, que aportin un valor substancial al treball diari, l'evolució dels principals indicadors de rendiment de continguts i una valoració qualitativa de les tendències observades. L'informe haurà d'incorporar també propostes orientades a reforçar la presència digital, millorar la rellevància semàntica i consolidar l'autoritat de les destinacions en entorns socials i en motors de cerca basats en AEO.

**Informes semestral de reputació online** amb volum de mencions, sentiment cap a la institució i l'organisme del Convention Bureau, temàtiques recurrents, riscos detectats i recomanacions d'actuació per reforçar la imatge corporativa i professional del PTDT i del Convention Bureau.

**Informe de seguiment semestral de tendències professionals i novetats** en l'àmbit de LinkedIn, comunicació turística, MICE i turisme professional.

**Informes de resum de les accions i/o acords dutes a terme pel Convention Bureau amb influencers i creadors de continguts (com instagramers, youtubers, prescriptors, etc.)** que incloguin mínim les següents KPI's: m'agrada, abast, impressions, freqüència, visualitzacions, reaccions/interaccions, mencions, seguidors, visites/activitat al perfil, dades de les històries, comentaris, guardats, entre d'altres, així com una valoració global de les accions. Aquests informes es lliuraran en un termini màxim de 15 dies hàbils a comptar des de la data de finalització de l'acció.

**Realització d'una memòria anual que inclogui tota l'activitat desenvolupada durant l'exercici i acció realitzada als entorns socials del Patronat**, en base a les KPI's definides conjuntament, campanyes i accions especials. Com en el cas dels informes mensuals, aquest serà també presentat acompanyat de reflexions, conclusions i recomanacions orientades a la millora contínua que ajudin a incorporar millores per a la planificació de l'any següent. Aquestes conclusions s'hauran de veure reflectides en l'estratègia *social media* de l'any següent.

Per garantir una correcta interpretació dels resultats i una alineació permanent amb els objectius del Patronat, l'empresa haurà de participar en reunions de seguiment trimestrals, així com en aquelles trobades extraordinàries que el Patronat consideri necessàries.

El Patronat podrà demanar detalls i aclariments d'aquests informes sempre que ho estimi necessari.

Els informes mensuals s'hauran de lliurar entre el dia 2 i el 15 del mes següent a la realització de les activitats del mes anterior.

Els informes semestral s'hauran de lliurar entre el dia 2 i el 15 del mes següent a la realització de les activitats del semestre anterior.

Els informes anuals s'hauran de lliurar entre el dia 10 i el 20 del mes següent a la realització de les activitats dels 12 mesos anteriors.

#### **4. EINES TECNOLÒGIQUES**

L'empresa adjudicatària ha de disposar dels recursos tecnològics necessaris per la prestació dels serveis objecte del contracte.

Les eines emprades hauran de ser de multiaccés, permetent l'accés del personal del PTDT responsables del màrqueting social o de la gestió de la comunitat.

L'empresa adjudicatària haurà de mantenir la verificació dels comptes per continuar disposant de la insígnia que distingeix l'autenticitat, credibilitat i identitat dels mateixos.

#### **5. RECURSOS PER AL DESENVOLUPAMENT DEL SERVEI (ambdós lots)**

##### **5.1 Recursos humans**

L'empresa contractista haurà de garantir que el personal mínim obligatori per a l'execució del contracte té la competència suficient per desenvolupar i dur a terme les tasques de gestió i dinamització de les xarxes socials que son objecte d'aquest plec. Per a l'execució de les prestacions, el contractista haurà d'assignar, com a mínim, els professionals amb els perfils i funcions següents:

- **Director/a de xarxes socials:**
  - o Actuar com a interlocutor principal de l'empresa adjudicatària davant el Patronat canalitzant la comunicació entre el personal integrant de l'equip de treball adscrit al contracte i el Patronat, en tot el relatiu a les qüestions derivades de l'execució del contracte.
  - o Assumir la supervisió i el control de tot el projecte, tenint al seu càrrec tot l'equip involucrat de l'empresa.
  - o Definir el pla de treball i l'organització interna de treball de l'equip professional que presta el servei objecte d'aquest contracte
  - o Definir les estratègies, planificació, supervisió i execució de projectes de xarxes socials.
  - o Assumir el seguiment del calendari d'execució, el control pressupostari i el control de qualitat de les tasques realitzades, que reporta periòdicament al Patronat de Turisme, d'acord amb el que estableix aquest plec.
  - o Suport en l'execució de les estratègies de *social media*.

- **Dedicació mínima:**

☐ **35 %** de la jornada anual pel lot 1 i **10%** de la jornada anual pel lot 2.

- **Director de continguts:**

- o Definir i implementar estratègies de comunicació digital.
- o Dissenyar i implementar la planificació editorial. Planificació, creació i supervisió de continguts.
- o Segmentar les audiències.
- o Coordinar amb el Community manager la creació i supervisió de continguts.
- o Gestionar l'anàlisi del rendiment de les publicacions.

- **Dedicació mínima:**

☐ **70 %** de la jornada anual pel lot 1 i **20%** de la jornada anual pel lot 2.

- **Community Manager:**

- o Gestió diària de les xarxes socials, dinamització de comunitats digitals, atenció a l'usuari, redacció i adaptació de continguts i monitoratge.

- **Dedicació mínima:**

☐ **70 %** de la jornada anual per al lot 1 i el **30 %** de la jornada anual per al lot 2.

No es permet que una persona pugui ocupar els dos perfils professionals diferents. El català serà la llengua de comunicació entre l'empresa adjudicatària i el PTDT.

Es requereix que mínim una persona d'aquest equip disposi del certificat de nivell de suficiència de català C1 i el certificat intermig alt d'anglès equivalent al nivell B2 del Marc Europeu Comú de Referència.

Qualsevol canvi en les persones adscrites al contracte durant la fase d'execució haurà de ser comunicat prèviament al Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona (PTDT) i requerirà la seva conformitat. Les persones substituïdes hauran de complir, com a mínim, els mateixos requisits de formació i experiència que les inicialment proposades.

## 5.2. Recursos materials

L'empresa contractista haurà de comptar amb els recursos materials necessaris per al desenvolupament de les tasques objecte d'aquest plec (equips informàtics, programari, d'entre altres).

## 6. OBLIGACIONS DELS ADJUDICATARIS

1. El responsable del servei haurà d'estar disponible per a reunions internes amb el Patronat o amb personal extern en funció de les necessitats.

2. Els serveis es desenvoluparan des del despatx professional de l'adjudicatari. Tanmateix, quan sigui requerit, s'haurà de desplaçar a la seu del Patronat de Turisme. Restaran inclosos al preu del contracte totes les despeses de desplaçament ordinàries (quilometratge, desplaçament, dietes, manutenció, allotjament i resta de despeses) derivades de l'execució del contracte.
3. En cas que sigui requerit pel Patronat, l'adjudicatari s'encarregarà de realitzar un informe de les reunions.
4. El contractista haurà de tenir, en cas d'emergència o necessitats extraordinàries del servei, la disponibilitat del personal, equipament tècnic i capacitat de resposta.
5. En el termini de 15 dies des de la finalització del contracte, l'adjudicatari haurà de certificar per escrit la destrucció o devolució de qualsevol base de dades d'usuaris, llistes de contactes o missatges privats amb dades de caràcter personal a les quals hagi tingut accés durant la gestió dels canals socials.

La propietat intel·lectual dels treballs que es facin a l'empareda d'aquest contracte pertany al Patronat de forma exclusiva. Els productes o subproductes derivats no es poden emprar sense la deguda autorització prèvia. L'accés a la informació o productes protegits per la propietat intel·lectual necessaris per desenvolupar el treball no es poden emprar sense la deguda autorització prèvia. L'adjudicatari accepta expressament que els drets d'explotació dels productes derivats d'aquest contracte correspon únicament i exclusiva al Patronat. En aquest sentit, l'empresa adjudicatària haurà de cedir al Patronat tota la documentació i/o material generat durant el desenvolupament de l'objecte del contracte; claus d'accés d'administrador de les xarxes socials o aplicacions que s'hagin fet servir, tots els recursos del projecte i el material generat.

Els drets que obtindrà el Patronat no estaran limitats temporalment ni territorialment. Els podrà exercir en el sentit i amb tot l'abast indicat als articles 18 a 21 del vigent Text refós de la Llei de propietat intel·lectual, aprovat pel Reial Decret Legislatiu 1/1996, de 12 d'abril, determinant els usos que en podran fer terceres persones.

L'empresa adjudicatària haurà de respectar el caràcter confidencial d'aquella informació a la qual tingui accés amb ocasió de l'execució del contracte, que per la seva pròpia naturalesa hagi de tractar-se com a tal. Aquest deure es mantindrà també amb posterioritat a la resolució de la relació contractual. Els productes i la imatge del Patronat no podran ser utilitzats per l'adjudicatari excepte per informar de treballs efectuats.