



Pliego de prescripciones técnicas, reguladora de la contratación del servicio campaña de marketing digital y gestión de redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter y LinkedIn), mediante procedimiento abierto simplificado.

Visto que se ha recibido la subvención: convocatoria 2021 para la creación de la Red de Oficinas acelera Pyme en entornos rurales C029/21-ED.

PRESUPUESTO DE LICITACIÓN: 42.190,00 euros, IVA excluido al tipo del 21%.

1.-OBJETO DEL PLIEGO.

El presente Pliego de prescripciones técnicas (en adelante PPT) se redacta como complemento del Pliego de Cláusulas administrativas particulares (en adelante PCAP), con el objetivo de regular y fijar las actuaciones que el adjudicatario se compromete a realizar a su cargo con el precio ofrecido y estableciendo las condiciones técnicas.

Este pliego conjuntamente con el pliego de cláusulas administrativas generales y el PCAP formaran parte integrante del contrato.

2.-ABASTECIMIENTO DE CONCURSO.

Las tareas generales que tendrá que realizar el adjudicatario del procedimiento abierto serán:

Servicio campaña de marketing digital y gestión de redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter y LinkedIn),

3.- CONDICIONES GENERALES DE EJECUCIÓN

En general cabe decir que el adjudicatario asume el servicio bajo su responsabilidad, riesgo y ventura y por el precio total ofrecido, siempre dando cumplimiento a las especificaciones técnicas establecidas en este pliego.

Las empresas licitadoras, bajo su responsabilidad, riesgo y ventura, tienen que contrastar toda la información y obtener el adicional que puedan necesitar para realizar su oferta. La falta de información no será aceptada para aumentar el precio total ofrecido.





Debido a la naturaleza del servicio y de acuerdo con el que prevé la LCSP, no procede la división en lotes.

4.- DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

La descripción del servicio a prestar se detalla en el Anexo del presente pliego.

German Palacín Fornons

Ingeniero Industrial

Servicios técnicos del Consell Comarcal del Pallars Jussà

Tremp, Pallars Jussà,

ANNEXO. Memoria técnica





MEMORIA TÉCNICA para la contratación del servicio de un gestor de comunidades (Community Manager)

Esta actuación está cofinanciada parcialmente por la Unión Europea, Next Generation en el marco de la convocatoria 2021 para la creación de la Red de Oficinas acelera Pyme en entornos rurales C029/21-ED

Antecedentes

PROGRAMA DE AYUDAS ACELERA PYME

Los efectos devastadores de la Covid-19 en la economía han puesto de manifiesto las limitaciones del sistema. La recesión económica producida por los efectos de esta pandemia mundial ha tenido una clara afectación en todos los sectores económicos de la sociedad. Esta situación, suficientemente conocida para todos, insta a los gobiernos y la Unión Europea a elaborar planes de medida para paliar estos efectos, y situar a los países de esta unión en una nueva posición. Ganando competitividad, resiliencia y valorando el cambio hacia todas aquellas acciones dirigidas a prepararse profesional y técnicamente para afrontar el nuevo paradigma empresarial, incertidumbre constante, y cambios muy rápidos donde la capacidad innovadora se vuelve el nuevo palo de pajar.

Los Fondos Next Generation EU conforman la respuesta de la Unión Europea ante la crisis de la Covid, en una iniciativa que persigue apoyar económicamente a los Miembros de la UE a través de créditos por un valor total de 750.000 M€, a repartir entre 2021 y 2026.

Para coordinar el reparto de las ayudas, España ha elaborado el PRTR o Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia “España Puede”, que contará con una inversión proveniente de los Fondos Next Generation EU de 140.000 M€, para facilitar tanto la recuperación económica y del empleo después de la pandemia de la Covid-19 como modernización de la economía española.

Uno de los principales objetivos del Plan de Recuperación es que las pymes y los autónomos sean los grandes beneficiarios de las acciones de financiación previstas en el plan, reconociendo así su papel fundamental en la economía y les permitan afrontar los retos de productividad y competitividad que debido a las crisis de la Covid-19 se han visto aumentados.

En el apartado, Componente C13.I3 del plan, digitalización e innovación, se determinan los programas destinados a la transformación digital, el cual contempla un conjunto de instrumentos para incorporar a las micropymes y autónomos. Las herramientas digitales ya disponibles, impulsar la digitalización de empresas pequeñas y promover la innovación tecnológica en línea con el Plan de Digitalización de PYMES 2021-2025 publicado en enero de 2021.

Es en el marco de esta inversión donde aparece el programa Acelera PYME, programa que actúa como plataforma común para el asesoramiento, acompañamiento y soporte para los programas del Plan de Digitalización de PYMES 2021-2025, y especialmente los Programas Digital Toolkit y Agentes del Cambio.

La finalidad de esta red de oficinas Acelera PYME en el ámbito rural se amplía, ya que además de su papel clave en promover la transformación de la sociedad y la economía hacia un entorno digital, también tienen el propósito de luchar contra la despoblación en España.





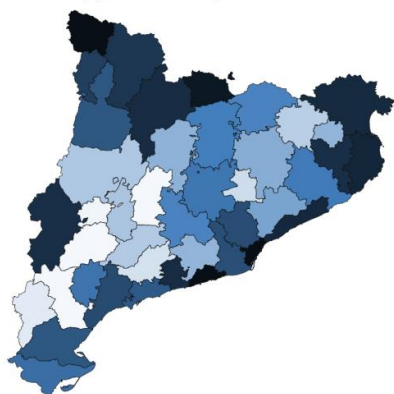
En este sentido, este propósito juega un papel importante para el desarrollo del país, puesto que según cifras de Moncloa, actualmente 3 de cada 4 municipios en Cataluña y España han perdido población en la última década. Teniendo en cuenta esta tendencia y considerando que la tecnología es un habilitador para poner en marcha nuevos proyectos e impulsar la economía rural.

El Consejo Comarcal del Pallars Jussà, ha sido una de las entidades beneficiarias de esta ayuda en las tierras de Lleida y lidera este programa en las comarcas del Pirineo Oriental (Alta Ribagorça, Pallars Jussà, Pallars Sobirà y Val d'Aran), con coordinación de la Diputación de Lleida, puesto que también es una entidad beneficiaria.

Con motivo del proyecto se inauguran cuatro oficinas, una en cada capital de comarca, dispuestas a actuar como agentes del cambio, poniéndose al servicio de la ciudadanía.

SITUACIÓN SOCIOECONÓMICA DE LAS COMARCAS DEL PIRINEO ORIENTAL

Valor afegit brut. Per sectors (%). Serveis. Comarques i Aran. 2020

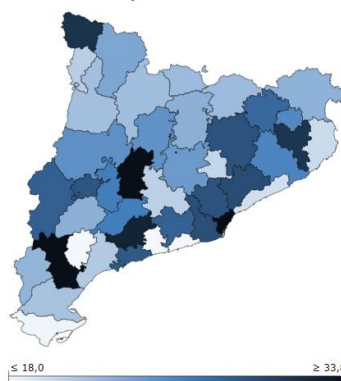


Font: Idescat.

El Instituto de Estadística de Cataluña, tiene actualizados los datos de PIB y VAB hasta el año 2020. Según estas, la comarca del Pirineo Oriental con un PIB más elevado es el Valle d'Arán, 316,3 millones de euros. En cambio, el que obtiene el dato más bajo es el que la Alta Ribagorça 81,13 millones de Euros y el VAB del Valle d'Aran era de 292,1 millones de euros y el del Alta Ribagorça era de 75 millones de Euros. Ambos indicadores posicionan al Alta Ribagorça y al Pallars Jussà en las últimas posiciones del ámbito catalán.

Evolutivamente, las cuatro comarcas mantienen una tendencia creciente del sector servicios, más acentuada desde 2015. Si consideramos la suma total del VAB de los servicios de las cuatro comarcas, este se ha incrementado en unos 4,8 millones de euros entre el 2015 y 2020. Este mismo cálculo con datos de 2015 a 2019, año pre Covid-19, asciende a una media de 22,7 millones de euros.

PIB per habitant. Milers d'euros. Comarques i Aran. 2020



Font: Idescat.





La siguiente gráfica muestra la desaceleración económica en todos los sectores fruto de la Covid-19.

Por otra parte, los datos también revelan una recesión en el sector industria muy preocupante. Este sector muestra datos negativos en ambas comparativas:

Valor añadido bruto. Por sectores Comarcas y Aran. 2019								
	Agricultura 2020 vs 2015	Agricultura 2019 vs 2015	Indústria 2020 vs 2015	Indústria 2019 vs 2015	Construcción 2020 vs 2015	Construcción 2019 vs 2015	Servicios 2020 vs 2015	Servicios 2019 vs 2015
Alta Ribagorça	1,00	1,50	-3,40	-2,10	-2,60	-1,20	-3,90	14,40
Aran	-0,10	0,80	-7,90	-7,50	1,20	3,40	-17,30	31,20
Pallars Jussà	11,30	17,80	-17,30	-17,10	-2,40	-0,40	29,80	34,30
Pallars Sobirà	0,10	5,00	-4,90	-3,80	-3,20	0,00	10,80	30,90

Composición empresarial

En 2022 el Valle de Arán cerraba con 5.030 afiliados a la Seguridad Social, seguida del Pallars Jussà con 2.790 afiliados, en las dos últimas posiciones consecutivamente, encontramos a Pallars Sobirà con 1580 afiliados y 935 a la Alta Ribagorça.

Este número de afiliados se concentran básicamente con empresas de hasta 9 trabajadores, que es donde se dan los totales absolutos más altos, seguidamente el resto personas trabajadoras se encuentran en empresas de hasta 49 trabajadores y finalmente solo en el sector servicios encontramos empresas de la con tamaño de 50 a 259 trabajadores, susceptibles de pertenecer, en su mayoría, al grupo de la administración pública.

DESPOBLAMIENTO

Las comarcas de interior pierden población constantemente, cuyas causas son diversificadas; estudio, trabajo, salud, etc. La ruralidad lleva asociada una decadencia evolutiva que cada vez genera una mayor diferencia con las grandes ciudades, lo que genera un escape de población hacia estos lugares donde las oportunidades son mayores.

La gente joven se ve obligada a desplazarse a las ciudades para buscar una oferta de estudios superior más amplia que la que pueden encontrar en nuestras comarcas. Muchas de estas personas no vuelven a su sitio de origen porque las oportunidades del mercado laboral son mucho más diversificadas y jugosas en sitios con alta concentración de empresas.

Desgraciadamente, esto tiene una relación directa con la pérdida de talento en las zonas de montaña, esto sumado a los costes derivados de las malas comunicaciones y el aislamiento alteran aún más el desarrollo socioeconómico de las comarcas del Pirineo Occidental.

Otros factores, como la sanidad, la atención a la gente mayor, etc., también tienen un efecto negativo con la retención de población.





COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

Los rasgos más característicos en cuanto a competitividad en las zonas de montaña son los siguientes:

- La baja densidad de población
- La estacionalidad del sector primario
- La dependencia en el turismo estacional

La rentabilidad de los negocios se ve afectada fruto de estas características propias de las cuatro comarcas, como un pez que se come la cola, pocos son aquellos que quieren invertir en territorios con estas dificultades, y pocos son los que quieren quedarse. La búsqueda de mano de obra o de relieve generacional dificultan la proyección de las empresas.

La brecha digital en las zonas rurales se acentúa por varios motivos;

- Las carencias de conectividad y acceso a Internet.
- La población sobre envejecida, un grueso de negocios muy elevado, se encuentran gestionados por personas de edad avanzada que, no muestran interés por la digitalización a la vez que no saben ver sus ventajas.
- La fuga de talento, las comarcas de montaña tienen actualmente una oferta muy poco atractiva para estas personas.
- El desconocimiento generalizado de la población en materia digital genera la creencia de que la transformación nada tiene que ver con la tipología de negocios de la zona, como la ganadería o el comercio.

Pero también existen oportunidades, aquellas personas que han sabido explotar los recursos endógenos de la comarca como la ganadería ecológica o agricultura ecológica y han encontrado un sitio en el mercado.

En definitiva, en ambos casos descritos, la transformación digital es imprescindible para asegurar una mejora que puede tener efectos directos en el desarrollo local, además puede actuar como herramienta la cual reduzca la brecha que separa las grandes ciudades del mundo rural.

Objetivos generales y específicos

Objetivo general

Diseñar, ejecutar y evaluar una campaña de marketing digital, mediante la cual sensibilizar a la población de las cuatro comarcas del Pirineo Occidental en materia de cultura innovadora y transformación digital, así como la promoción de las actividades que lleve a cabo la oficina Acelera pyme, creando interacción y comunidad.

Objetivos específicos

- Utilizar las redes sociales como herramienta de publicidad de la oficina Acelera pyme Pirineo Occidental y los eventos organizados por esta.





- Utilizar las redes sociales como herramienta para promover la cultura innovadora y la transformación digital como algo necesario y urgente entre el empresariado.
- Crear publicaciones para los diferentes públicos de las redes, desde las personas categorizadas como “No digitales” hasta el grupo llamado “Expertos digitales”. Empleando una terminología amable, fácil y comprensible entre el público menos conocedor.
- Creación de un blog con artículos de contenido relacional con la cultura innovadora y la transformación digital.

Metodología, instrumentos metodológicos y actividades previstas

1. Análisis y diagnóstico rápido en materia de usos y costumbres en el uso de las redes sociales del público objetivo del proyecto (Estudio de la audiencia).
2. Creación de la Red social Linked in
3. Optimización de los perfiles de las cuatro redes sociales
 1. Revisión de las biografías y descripciones
 2. Revisión imágenes de perfiles
 3. Habrá que hacer uso de las opciones que ofrecen las redes para asegurar su optimización (ej. Instagram stories).
4. Textos y SEO del contenido
 1. Creación de contenido de calidad y con gancho
 2. Creación de palabras claves (key word)
5. Planificación y publicación de los calendarios editoriales
 1. Con un mínimo de 8 publicaciones (vídeo incluido) y 4 Historias mensuales por red social.
 2. Con un mínimo de una encuesta mensual
6. Gestión y seguimiento de cuatro redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter y Linked in)
 1. Mención de cuentas importantes
 2. Interacción con los usuarios más valiosos del proyecto
 3. Empleo de las estadísticas para determinar los mejores horarios para realizar las publicaciones.
 4. Empleo de las estadísticas para rastrear el rendimiento de las cuentas de forma mensual.
7. Cobertura y asistencia presencial, en actos para la grabación de material por las redes sociales. Hasta 12 actos o eventos.
8. Redacción periódica de un mínimo de 4 blogs, 2 en Catalán y 2 en Castellano, del ámbito de la innovación y la transformación digital.





Obligaciones

1. Todas las publicaciones tendrán que estar escritas en dos idiomas (Catalán y Castellano)
2. No se permite la compra de seguidores en ninguna de las redes
3. Entrega Evaluación e informe mensual

GESTIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROYECTO

1. Se organizarán reuniones quincenales con los miembros de la oficina Acelera pyme. Si estos lo consideran necesario, los encuentros se celebrarán de forma presencial en la sede principal, Epicentre, en el Paseo del Valle, 13, 25620 Tremp, Lleida.
2. De acuerdo con la naturaleza de la prestación de los servicios, será necesaria disponibilidad adicional para preparar y asistir a las reuniones en las que sea necesaria su presencia en ejercicio de sus funciones, así como atención y resolución de dudas de lunes a viernes, de acuerdo con el horario de cada empresa.
3. La empresa entregará evaluaciones e informes mensuales en formato PDF o equivalente.

Calendario y fases de ejecución

CONTRACTACIÓN 01 MÁRQUETING DIGITAL														
	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	MES 13	MES 14
Análisis y diagnosis														
Creación cuenta Linked in														
Optimización de los 4 perfiles de XXSS														
Planificación y publicación de los calendarios														
Gestión y seguimiento de las XXSS														
Cobertura eventos														
Redacción artículos Blog														
Evaluación informes														





Productos a entregar

1. Estudio de audiencia.
2. Calendario editorial
3. Número y tipología de publicaciones; 8 publicaciones, 4 Historias y una encuesta mensual como requisito mínimo.
4. Cobertura eventos. 12 eventos
5. Número de blogs teniendo en cuenta los 2 idiomas, 4 blogs mensuales como requisito mínimo.

Indicadores de evaluación de la acción

1. Número de seguidores por XXSS
2. Número de publicaciones por XXSS
3. Número de interacciones por XXSS
4. Número de blogs

Presupuesto desglosado por conceptos

Cuadro descriptivo con el coste total de la actividad

COSTES DEL CONTRATO POR CONCEPTOS	
Nombre de la acción	Euros
Análisis i diagnosis	500€
Creación de la red social Linked in	120€
Optimización de cuatro perfiles	150€
Planificación de los calendarios editoriales	5.600€
Publicaciones	12.000€
Gestión y seguimiento de las cuatro redes sociales	5.000€
Cobertura 12 actos	7.300€
Blogs	11.520€
SUBTOTAL	42.190,00€
IMPUESTOS	8.859,90€
TOTAL	51.049,90€



**Presentación de la oferta**

La documentación a presentar será la siguiente:

- Descripción detallada de los trabajos o bienes ofrecidos, los cuales deben ir con coherencia con las tareas a contratar definidas en la memoria técnica. (Lengua castellana)
- Presupuesto:
 - Datos indicativos del proveedor (Razón social/NIF/Datos de contacto).
 - Datos identificativos del beneficiario (Razón social/NIF/Datos de contacto).
 - Fecha del presupuesto
 - Descripción de las tareas
 - Con referencia de la Convocatoria; Convocatoria para la creación de la res de oficinas acelera pyme para entornos rurales C029/21-ED
 - Coste de la actuación
 - Impuestos indirectos excluidos
 - Retención IRPF en caso de que se aplique (autónomos)
 - Importe a pagar (Impuestos incluidos)
 - Importe de la factura

Imagen del formato del presupuesto en el anexo 1





Anexo 1.

PRESUPUESTO			
DATOS IDENTIFICATIVOS PROVEEDOR DIRECCIÓN CÓDIGO POSTAL PROVINCIA TELÉFONO NIF		CLIENTE (BENEFICIARIO DE LA AYUDA) DIRECCIÓN CÓDIGO POSTAL PROVINCIA TELÉFONO NIF	
FECHA XX/XX/XXXX		Fecha anterior al inicio de los trabajos (La fecha de inicio y fin de los trabajos realizados se indicará en la factura).	
DESCRIPCIÓN	UNIDADES	PRECIO	IMPORTE
Concepto: XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX Concepto/s relativos a la actuación subvencionable. (Debe coincidir con los conceptos de la/s factura/s) Referencia a la Convocatoria Convocatoria para la Creación de oficinas Acelera Pyme en entornos rurales C029/21-ED			
 Firma (de manera manuscrita o electrónica) o sellado		TOTAL IMPORTE (impuestos excluidos)	

