

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES D'UN SERVEI CONSISTENT EN LA PLANIFICACIÓ, CREATIVITAT, DISSENY, PLA DE MITJANS I COMPRA D'ESPAIS I SUPORTS PUBLICITARIS PER A LES CAMPANYES I ACCIONS DE PROMOCIÓ DE FUNERÀRIA DE TERRASSA, S.A.U.

Aclariments i informació addicional:

Blanca Álvarez

Cap de Serveis Jurídics, Generals i Recursos Humans de Funerària de Terrassa SAU

Tel. 93 786 94 00 Ext. 2013

Xavier de la Casa

Tècnic Jurídic de Contractació de Funerària de Terrassa SAU

Tel. 93 786 94 00 ext. 2045

contractacio-funeraria@terrassa.cat

Horari d'atenció: dilluns a divendres, de 9:00 a 14:00h.

Presentació oferta electrònica a la plataforma de contractació de la Generalitat de Catalunya:

https://contractaciopublica.gencat.cat/ecofin_pscp/AppJava/cap.pscp?reqCode=viewDetail&idCap=11562151

1.- OBJECTE DEL CONTRACTE:

L'objecte del contracte és la prestació dels serveis integrals de comunicació "on" i "off line" a Funerària de Terrassa S.A.U, per tal de posicionar l'empresa com a referent en qualitat de serveis i equipaments funeraris, i pel seu lideratge en la promoció de tot tipus d'activitats divulgatives, culturals o lúdiques que tinguin per objectiu dotar la societat de més eines, recursos i una major cultura del dol, entès com a element vital ineludible.

2.- INTRODUCCIÓ

Funerària de Terrassa S.A.U. és l'empresa municipal de serveis funeraris de la ciutat de Terrassa. Des de sempre, l'objectiu de l'empresa ha estat dotar Terrassa d'uns serveis i equipaments funeraris de primer nivell, des dels criteris i valors del servei públic.

Amb aquest objectiu l'empresa crea, l'any 1965, el Complex Funerari Municipal de Terrassa, un equipament únic no només a Terrassa, sinó a nivell europeu, que aglutina en un mateix emplaçament a la Carretera de Montcada, 789 de Terrassa, tots els equipaments i serveis que es requereixen quan hi ha una defunció:

El Tanatori Municipal de Terrassa
El Crematori Municipal de Terrassa
El Cementiri Municipal de Terrassa

El Complex Funerari Municipal suposa en si mateix la major singularitat de Funerària de Terrassa respecte a altres funeràries de la ciutat: perquè permet oferir un servei integral (Tanatori, Crematori i Cementiri) que comprèn totes les fases del procés de comiat. Tot, amb l'objectiu que les famílies rebin l'atenció que necessiten en un únic lloc, no hagin de realitzar desplaçaments, i puguin fer tots els tràmits en un entorn de confort. Amb ampli aparcament amb capacitat per a més de 350 vehicles i amb fàcil accés des del centre de la ciutat.

Gràcies a això, avui, Terrassa gaudeix d'uns serveis funeraris integrals que són un referent de qualitat al nostre país, tant en l'àmbit públic com en el privat.

Objectius i finalitat del projecte:

Els objectius de Funerària per als propers 4 anys, són:

- Esdevenir el referent de qualitat en serveis i equipaments funeraris a la ciutat de Terrassa, per davant d'altres opcions d'empreses de la competència.
- Esdevenir un referent com a opció de serveis funeraris en les principals poblacions de la comarca (Rubí, Les Fonts, Sant Cugat, Sant Quirze, Matadepera, Viladecavalls, Vacarisses).
- Mantenir totes aquelles inversions i accions que posicionin l'empresa com un referent en innovació en el sector funerari (inversió en equipaments i infraestructures).

- Fomentar la creació d'una xarxa de relacions amb empreses del sector funerari, i sectors afins (assistencial, sanitari, social, etc.) que ajudin a enriquir la visió i servei.
- Promoure i comunicar la posada en marxa de tot tipus d'accions que beneficiïn la societat amb una millor i major cultura del dol.
- Crear nous espais de reflexió i conversa a l'entorn de la pèrdua dirigits a la ciutadania (des de petits fins a grans).

Objectius específics de comunicació:

- Divulgar la singularitat de Funerària de Terrassa S.A.U com a gestora d'un espai únic com és el Complex Funerari Municipal de Terrassa.
- Comunicar els avantatges de la integralitat.
- Difondre els avantatges del servei públic.
- Idear noves accions que repercutixin en una major cultura del dol.
- Generar espais de trobada per tractar i desestigmatitzar la pèrdua.
- Posicionar Funerària de Terrassa com a empresa pionera i referent en tota mena d'activitats tant entre la ciutadania com entre empreses, entitats i institucions del sector funerari i sectors afins.
- Ser el referent diferencial a Terrassa, Catalunya i Espanya en l'àmbit funerari i del dol.

3.- RESPONSABLE DEL CONTRACTE

D'acord amb el que disposa l'article 62 de la LLCSP, la empresa Funerària de Terrassa, SAU (endavant FT) designarà un responsable del contracte que en supervisarà la seva execució, adoptarà decisions i dictarà les instruccions necessàries amb la finalitat d'assegurar que la prestació pactada es realitza correctament.

El responsable d'aquest contracte serà el gerent de la FT o persona en qui delegui.

Les instruccions donades per la persona responsable del contracte configuren les obligacions d'execució del contracte juntament amb el seu articulat i els plecs.

4.- DURADA

El termini de durada del contracte serà de 2 anys, a partir de la data de signatura del contracte. Serà prorrogable per períodes d'1 any més, fins a un màxim de 4 anys, inclosa la durada inicial i les pròrroques. El servei de comunicació i màrqueting ha d'estar actiu i iniciar el seu servei en un termini màxim d'1 mes a partir de la formalització del contracte de serveis.

En cas de finalització del contracte i de la prestació del servei, l'adjudicatària haurà de continuar prestant el servei fins que una altra empresa es faci càrrec del nou contracte.

5.- ABAST DE LES TASQUES

Al present apartat s'estableixen els treballs a realitzar, desglossats pels àmbits que haurà de desenvolupar l'adjudicatari. Aquest conjunt de treballs té com a objectiu ser una orientació perquè el licitador tingui clar els resultats requerits mínims. Els serveis a prestar consisteixen en:

5.1. Estratègia de comunicació

- a. Definició d'una estratègia integral de comunicació (objectius globals i parcials, mètriques, posicionament, canals, etc.).
- b. Planificació (pla de treball i cronograma).
- c. Proposta de pla de treball empresa-agència per desenvolupar les tasques.

5.2. Compra de Mitjans

- a. Creació dels Plans de Mitjans anuals (inici a partir del gener o febrer de 2025). Selecció de mitjans a contractar per a l'acompliment dels objectius i estratègia de comunicació, justificació dels motius de contractació i propostes d'inversió (espais contractats, formats, periodicitat, preus, etc.).
- b. Compra a mitjans. Negociació i compra d'espais publicitaris segons pla de mitjans aprovat.
- c. Seguiment de la inversió.
- d. Realització de calendaris mensuals d'inversions per al seguiment de mitjans.
- d. Report i mètriques de resultats dels mitjans contractats.

L'empresa adjudicatària es farà càrrec de la gestió del pagament dels anuncis a les diferents plataformes de publicitat. Per fer-ho, es defineix una pauta de facturació de l'agència cap a la Funerària de Terrassa S.A.U. en 3 moments determinats durant l'any, per aprovisionar els fons necessaris perquè l'agència es faci càrrec dels mencionats pagaments. Aquests 3 moments es definiran a l'inici de l'execució dels treballs.

5.3. Serveis de gabinet de comunicació

- a. Redacció de notes i comunicats de premsa per fer arribar al departament de Comunicació de l'Ajuntament de Terrassa de les notícies i actualitat sobre l'empresa. (Essent el departament de comunicació municipal qui centralitzi les gestions per a l'aparició en els mitjans).

5.4. Campanyes

- a. Creativitat i disseny de com a mínim 3 campanyes anuals de tipus comercial o corporatiu per a l'acompliment dels objectius de comunicació.
- b. Realització de totes les adaptacions necessàries per a la difusió d'aquestes campanyes: nota de premsa, fullets, pòsters, opis, bànners, publicacions a xarxes, etc.

L'abast de la campanya serà Terrassa ciutat, i també les principals poblacions de la comarca del Vallès Occidental (Rubí, Les Fonts, Sant Cugat, Sant Quirze, Matadepera, Viladecavalls, Vacarisses).

5.5. Social Media

- a. Creació del social media plan a 12 mesos vista, amb definició de línia editorial i periodicitat de publicació.
- b. Establiment de mètriques de visibilitat i rendiment.
- c. Definició de metodologia de treball i eines de mètrica i automatització.
- d. Generació de continguts (disseny, animació, redacció de text), per a la actualització permanent de les xarxes socials de Facebook i Instagram, així com tota actuació que tingui com a propòsit interactuar amb els seguidors.
- e. Creació de material audiovisual per a la generació de publicacions tipus càpsula de curta durada, en format vídeo (posts, reels, stories). S'inclourà la gravació i edició del material audiovisual per part de l'agència.
- e. Elaboració i presentació de calendari trimestral de continguts, a part de l'anyal, per a l'aprovació del calendari immediat de publicacions per part del responsable del contracte.

5.6. Màrqueting digital

- a. Definició del pla estratègic de màrqueting digital, amb objectius, projeccions inicials, accions a realitzar, mètriques (preferentment de rendiment) i canals.
- b. Creació i configuració de campanyes a les plataformes adequades al públic objectiu vinculades als programes, actuacions i esdeveniments descrits a la clàusula 2 (Objectius específics de màrqueting i de rendiment).
- c. Adaptació de creativitat, missatges i gràfiques de cada campanya de màrqueting digital.
- d. Creació per a cada campanya d'un mínim de 4 creativitats diferents, en 2 idiomes (català i castellà) que permetin la metodologia prova-error, i la optimització de la campanya en el transcurs d'aquesta.
- e. Gestió de la compra, pagament, enviament i seguiment de les diferents insercions o aparicions previstes en la planificació de màrqueting digital. L'empresa adjudicatària es farà càrrec de la gestió del pagament dels anuncis a les diferents plataformes de publicitat. Per fer-ho, es defineix una pauta de facturació de l'agència cap a Funerària de Terrassa S.A.U. en 3 moments determinats durant l'any, per aprovisionar els fons necessaris perquè l'agència es faci càrrec dels mencionats pagaments. Aquests 3 moments es definiran a l'inici de l'execució dels treballs.
- f. Presentació d'un informe mensual d'avaluació de les diferents campanyes.

5.7 Creació de pàgina web

Creació de pàgina web amb una clara orientació a la ciutadania i a la resolució de les seves necessitats en el cas de defunció. Complementada amb un segon menú on caldrà aglutinar tota la informació tècnica/administrativa/corporativa (p.e. legislació, presentació de factures electròniques, perfil del contractant, ofertes de treball, tarifa i ordenances, transparència, etc.

Haurà de donar informació, de forma destacada, de la informació següent:

- a. Què fer en el cas de defunció (Serveis)
- b. Gestions complementàries
- c. Venda de flors (catàleg. No és necessari e-commerce)
- d. Condol en línia
- e. Últimes defuncions
- f. Filosofia i valors de Funerària
- g. Servei d'Atenció al Dol
- h. Cerimònies d'homenatge i personalització de comiats
- i. Complex Funerari Municipal (què és, i explicació de tots els equipaments que engloba, amb característiques de cadascun d'ells i serveis que ofereixen).
- j. Notícies
- k. Contacte (adreça, xarxes socials, formulari de contacte, mapa, com arribar-hi, etc.).

Tecnologia de la pàgina web:

La web estarà feta en wordpress i allotjada als servidors de l'Ajuntament de Terrassa. Tota incidència tècnica tindrà el suport del departament informàtic de l'Ajuntament de Terrassa.

· Disseny, arquitectura i programació realitzats amb criteris d'usabilitat i mobile first seguint el manual d'imatge corporativa de Funerària i de l'Ajuntament de Terrassa que es facilitaran a l'inici del contracte.

· Ha d'incloure la creació i configuració de Google Analytics. L'empresa adjudicatària crearà informes trimestrals a través de la plataforma Looker Studio.

6. - PERFIL TÈCNIC

El licitador haurà de garantir que disposa en plantilla dels següents perfils professionals per a l'execució del contracte:

Director/a del contracte: haurà de comptar amb llicenciatura o grau en periodisme, ciències de la informació, comunicació audiovisual o publicitat. Així mateix, haurà de comptar amb un mínim de 3 anys d'experiència en la gestió de campanyes publicitàries.

Responsable de planificació: haurà de comptar amb llicenciatura o grau en periodisme, màrqueting, publicitat, màrqueting i publicitat, màrqueting i comunicació o similar. Aquest perfil haurà de comptar amb un mínim de 3 anys d'experiència en l'execució de campanyes publicitàries.

Executiu de comptes: haurà de comptar amb amb llicenciatura o grau en periodisme, màrqueting, publicitat, màrqueting i publicitat, màrqueting i comunicació o similar. Aquest perfil haurà de comptar amb un mínim de 3 anys d'experiència en l'execució de campanyes publicitàries.

Creador de contingut: haurà de comptar amb llicenciatura o grau en periodisme. Aquest perfil haurà de comptar amb un mínim de 3 anys d'experiència en l'execució de campanyes publicitàries.

Director d'art: haurà de comptar amb llicenciatura en belles arts o grau superior en disseny gràfic i formació i coneixements en motion graphics. Aquest perfil haurà de comptar amb un mínim de 3 anys d'experiència en l'execució de campanyes publicitàries.

Dissenyador gràfic: graduat en disseny gràfic, belles arts, arts i disseny o cicle formatiu superior en disseny gràfic. Aquest recurs haurà de comptar amb un mínim de 3 anys d'experiència en l'execució de campanyes publicitàries. i un mínim de 3 anys d'experiència realitzant dissenys per a canals digitals. Haurà de comptar amb una especialització TIC en disseny amb After Effects i en disseny UX/UI.

Ha de dominar motion graphics i l'edició de vídeos.

Community Manager: Perfil dedicat a la gestió de les xarxes socials i al disseny d'estratègies que permetin construir i incrementar el engagement amb la Funerària. Amb estudis de grau superior en màrqueting, publicitat o periodisme i formació mínima de 100 hores en community management.

Amb més de 3 anys d'experiència en la coordinació, producció i gestió de continguts digitals. Amb certificació Google Ads en medicació.

Especialista en màrqueting digital (SEO. PAID). Perfil especialitzat en l'anàlisi de keywords, amb certificació Google Ads en Search. Més de 3 anys d'experiència en agència i/o consultora digital participant en projectes de gestió de continguts SEO.

Desenvolupador / programador Web: haurà de comptar amb un cicle formatiu de grau superior en desenvolupament d'aplicacions informàtiques (DAI). Amb més de 3 d'experiència en desenvolupament de pàgines WEB. Així mateix haurà de d'haver realitzat formació en Community Manager i comptar amb la certificació de Google Ads en recerca i en mesurament.

Es requereixen 2 únics responsables habituals del contracte a l'agència adjudicatària: un serà l'interlocutor general, i l'altre el responsable de l'àrea digital. Cap d'aquests dos càrrecs ni funcions podrà subrogar-se a una tercera empresa.

Per a l'assoliment del Pla s'estipularà 1 reunió quinzenal (dues reunions al mes). En determinats moments de l'any (Tots Sants, Cicle de Cinema...) podran ser necessàries més reunions, a concretar entre Funerària i licitador quan sigui necessari.

El contractista, independentment del mètode de treball i gestió que proposi, realitzarà un informe a principis de cada mes de campanya amb l'objectiu de justificar les tasques realitzades.

7.- CONTROL DE QUALITAT

La FT es reserva el dret de realitzar, si ho creu convenient, revisions de qualitat sobre els serveis de comunicació i màrqueting, que podran servir com a indicadors del compliment de qualitat del servei.

Els elements a tenir en compte per mesurar la qualitat del servei són, entre d'altres: professionalitat, compliment en terminis d'entrega de propostes i/o treballs, qualitat de les propostes i/o treballs presentats, rapidesa de resposta davant les necessitats de la FT.

8.- ASSEGURANCES

L'adjudicatària es fa directa i exclusivament responsable de qualsevol dany que es pugui ocasionar a terceres persones, a béns mobles i immobles com a conseqüència directa o indirecta de la seva activitat, eximint de tota responsabilitat a la FT.

L'adjudicatària s'obliga a disposar d'una pòlissa d'assegurança per una cobertura d'un import mínim de 150.000 € per sinistre. Les garanties de la pòlissa han de ser les pròpies de la seva activitat, responsabilitat civil patronal, responsabilitat civil locativa (entenent-se com a tal la que per a l'assegurat resulti de lesions o morts sofertes per les persones empleades al seu servei a conseqüència d'un accident laboral i davant de la propietat de l'edificació en què es desenvolupa la seva activitat i que siguin conseqüència directa d'incendi, explosió i acció de l'aigua).

Caldrà que l'adjudicatària presenti a la FT còpia de l'esmentada pòlissa i el rebut que demostrï la seva vigència.

Així mateix, l'adjudicatària serà la responsable d'assegurar tots els béns que dipositi en les dependències de la FT per exercir la seva activitat, siguin de la seva propietat o de tercers.

L'incompliment de les obligacions contingudes a aquest pacte són causa de resolució contractual.

9.- MODIFICACIÓ DEL CONTRACTE

No es preveuen modificacions contractuals; resultant aplicable, per al cas de modificacions no previstes als presents plecs, allò establert a la LLCSP.

10.- SEGUIMENT I CONTROL DEL SERVEI

Per tal de fer un seguiment acurat per part de la FT, i poder solucionar qualsevol incidència que pugui sorgir en el transcurs del servei, s'estableixen periodicitat de reunions de control:

Reunió: dos reunions mensuals entre la persona responsable tècnica per part de l'empresa adjudicatària i la persona responsable tècnica del contracte de la FT.

Reunió anual (a realitzar abans de la finalització de cada any del contracte) entre la persona responsable tècnica per part de l'empresa adjudicatària, el/la director/a de l'empresa adjudicatària, la persona responsable tècnica del contracte de la FT i la gerència de la FT. Aquesta reunió ha de servir per valorar el correcte funcionament, així com per a comentar temes que, sense ser prioritaris, puguin tenir importància per al bon funcionament del servei.

Aquestes reunions han de facilitar les tasques tant a l'empresa adjudicatària com a la FT per a fer-ne el seguiment de l'execució del servei.

A Terrassa, a la data de la signatura digital

Xavier de la Casa García
Tècnic Superior Jurídic

Blanca Alvarez Viñals
Cap de Serveis Jurídics