

PLEC DE CLÀUSULES TÈCNIQUES PARTICULARS DE CONTRACTACIÓ DEL SERVEI DE GESTIÓ DE LES XARXES SOCIALS DEL CONSORCI DE PROMOCIÓ TURÍSTICA DEL MARESME

1. JUSTIFICACIÓ I ANTECEDENTS

El Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme, a partir d'ara Consorci, és l'ens de promoció turística de la destinació Costa Barcelona - Maresme i va ser constituït a l'any 1997 per promocionar el turisme de la comarca del Maresme.

Està format per els 30 ajuntaments de la comarca del Maresme, així com amb les següents entitats:

- Consell Comarcal del Maresme
- Gremi d'empresaris d'hostaleria de la comarca del Maresme
- Fundació TecnoCampus Mataró-Maresme
- FAGEM
- Club Nàutic el Balís

Es treballa de manera conjunta amb la Diputació de Barcelona i l'Agència Catalana de Turisme per la promoció de la marca turística Costa Barcelona.

Els objectius del Consorci inclouen:

- Millorar l'oferta turística del territori posant en valor els recursos i els atractius turístics de la comarca.
- Vetllar per la incorporació dels criteris de qualitat, sostenibilitat i responsabilitat com a garantia de millora de la competitivitat turística a través de les marques i segells de finalitat al nostre abast.
- Facilitar la creació i comercialització dels productes turístics més apropiats en funció de les característiques de l'oferta turística comarcal.
- Augmentar la participació dels ajuntaments i la presència del sector privat en la direcció, disseny i aplicació de la política turística del territori.

Per aconseguir els nombrats objectius el Consorci desenvolupa, a través de diferents segments de treball temàtics, accions, projectes i campanyes de promoció destinades a atraure visitants i turistes a la comarca del Maresme.

Dins de les accions de promoció que gestiona el Consorci, s'inclouen la comunicació, promoció i difusió online de l'oferta turística de la comarca del Maresme.

Un dels principals canals de dinamització i de promoció dels atractius turístics de la comarca és a través de les xarxes socials, principalment Instagram, Facebook, X, LinkedIn i Youtube. En

aquests canals, a més, es manté una conversa directa tant amb els/les turistes i visitants, com amb els/les ciutadans/anes del territori.

2. OBJECTIUS DEL SERVEI A CONTRACTAR

L'objectiu del servei a contractar és mantenir una presència constant a xarxes socials, a través de la publicació regular de contingut, tant en format imatge com vídeo i publicació de stories, així com la contractació de publicitat, per donar a conèixer la comarca i els seus recursos turístics.

Contractant el servei de gestió de les xarxes socials del Consorci (que inclou l'actualització, dinamització, publicitat i anàlisi dels perfils) s'aconseguirà una millor comunicació i difusió online del turisme al Maresme i de les diverses línies de treball definides en el pla de màrqueting del Consorci.

Els principals objectius del servei són :

- Augmentar la rellevància, presència, compromís, interacció i seguiment a les xarxes socials del Consorci tant en l'aspecte qualitatiu com quantitatiu.
- Aprofundir en l'ús de les xarxes socials com a canal per al posicionament del destí i alinear les accions a les xarxes socials amb els objectius estratègics de comunicació de l'organització.
- Mantenir uns canals de comunicació àgils i oberts i garantir l'atenció al visitant, al ciutadà i a les empreses i serveis turístics del territori, via xarxes socials durant els 365 dies de l'any.
- Difondre de forma clara, puntual i veraç tota aquella informació d'interès relativa al Consorci, així com l'oferta turística i les activitats turístiques del Maresme.
- Donar a conèixer les campanyes de promoció, els serveis i les activitats generades des del Consorci, així com els ajuntaments i l'oferta turística.
- Realitzar accions concretes de promoció mitjançant campanyes de publicitat als mateixos canals i realitzant altres accions promocionals per tal d'assolir els mateixos objectius.
- Generar contingut a les xarxes socials per atraure visites al web de Turisme Maresme (<https://www.turismemaresme.cat>) i crear publicacions i campanyes publicitàries destinades a augmentar el nombre de seguidors a xarxes socials o captar leads.
- Incrementar i fidelitzar les comunitats, els seguidors i els visitants de les XXSS i del web de turisme.
- Incrementar el feed back i l'engagement amb els usuaris per augmentar la viralitat dels continguts.
- Fomentar la creació d'una xarxa de col·laboració i comunicació interna amb els empresaris, ajuntaments i associacions del nostre sector, incorporant sempre a les nostres publicacions mencions i etiquetes dels referenciats per donar una imatge d'unitat i, alhora, aconseguir que el sector turístic faci ús dels nostres # i al mateix temps ens mencioni.

3. DESCRIPCIÓ DE LES XARXES SOCIALS DEL CONSORCI DE TURISME

Els perfils de les xarxes socials que gestiona el Consorci són els següents:

Perfil	Idiomes	Usuari
Instagram	Català i castellà	https://www.instagram.com/CostaBcnMaresme/
Facebook	Català i castellà	https://www.facebook.com/costabcnmaresme
Instagram (familiar)	Català i castellà	https://www.instagram.com/laiaiamaresme/
Facebook (familiar)	Català i castellà	https://www.facebook.com/laiaiamaresme
X	Català	https://x.com/CostaBcnMaresme
Tik-Tok	Català i castellà	https://www.tiktok.com/@turismemaresme
LinkedIn	Català	https://www.linkedin.com/company/consorci-de-turisme-del-maresme/
LinkedIn (Maresme Events)	Català i castellà	https://www.linkedin.com/company/maresme-events/
YouTube	Català, castellà, anglès	https://www.youtube.com/@CostadeBcnMaresme

Els hastags a dinamitzar són #Maresme i #Turismemaresme, així com altres hastags que es determinin i/o es creïn per a campanyes concretes.

4. OBJECTE DEL CONTRACTE I DESCRIPCIÓ DEL SERVEI

L'objecte del contracte és la contractació d'una empresa que realitzi les funcions de dinamització de les xarxes socials del Consorci.

Les prestacions de què es compona aquest servei són:

Gestió de xarxes socials per al Consorci de Turisme del Maresme (Instagram, Facebook, Tik-Tok)

- a) Oferir el servei d'atenció a xarxes socials 365 dies l'any. L'empresa haurà de realitzar l'atenció als perfils socials del Consorci a dinamitzar els 365 dies de l'any i donar resposta a les preguntes i comentaris dels seguidors i turistes amb un màxim de 24 hores. Es podran derivar les consultes, si és necessari, al personal tècnic del Consorci.
- b) Elaboració d'un pla de contingut anual alineat amb el pla d'accions i els objectius del pla de màrqueting del Consorci. Aquest pla anual ha de recollir:
 - a. Anàlisi prèvia i objectius del pla
 - b. Tipologia i calendarització dels continguts
 - c. Estratègia de creixement i engagement
 - d. Publicitat i campanyes de pagament
 - e. Mètriques i anàlisi de resultats (mensual)
 - f. Pla de gestió de crisis i reputació online.
- c) Elaboració i execució del calendari editorial mensual amb els continguts a publicar. El calendari ha de tenir en compte les campanyes de promoció i les línies de treball del

Consorti: eno-gastronomia, natura i actiu, esdeveniments, esports, mar i platges, cultura, benestar i salut, familiar, a més de la sostenibilitat i la inclusió, com a elements transversals. Caldrà presentar la proposta de calendari editorial en el termini de set (7) dies hàbils a comptar des de la data d'inici de vigència del contracte per l'empresa adjudicatària i serà validada pel Consorci. Així mateix el calendari s'haurà d'actualitzar periòdicament.

- d)** Generació i publicació de continguts: l'empresa ha de generar el contingut a publicar en base a la proposta de calendari editorial aprovat. Així mateix, haurà de dissenyar totes les creativitats necessàries per a les publicacions, stories, concursos, anuncis, sorteigs, premis, entre altres.
- e)** Accessibilitat: les publicacions han de contenir el text alternatiu per a persones amb problemes de visió, sempre que sigui possible.

Perfils de xarxes socials i publicacions necessàries:

- **Instagram:**

- Perfil de turisme: Publicació d'un mínim de 3 publicacions setmanals al feed (fotos/carrusels), publicació d'un mínim de 7 stories setmanals. Publicació d'un reel setmanal com a mínim. Curació de contingut d'usuaris i fotos del, a més de contingut creat per l'empresa contractada.
- Perfil iaia del Maresme: Publicació de mínim 2 posts setmanals (curació d'usuaris i/o fotos pròpies). Publicació d'un mínim de 4-5 stories setmanals i un reel quinzenal propi del perfil com a mínim.

- **Facebook:**

- Perfil de turisme: Publicació d'un mínim de 3 publicacions setmanals al feed (fotos/carrusels), publicació d'un mínim de 7 stories setmanals. El contingut pot ser compartit amb Instagram.
- Perfil iaia del Maresme: Publicació de mínim 2 posts setmanals (curació d'usuaris i/o fotos pròpies). Publicació d'un mínim de 4-5 stories setmanals. El contingut pot ser compartit amb Instagram.

- **Tik-Tok:**

- Publicació d'un vídeo setmanal, mínim.

- f)** Interacció amb els usuaris (influencers, altres entitats de promoció turística, bloggers, entre d'altres) que promocionin l'oferta turística del Maresme, compartint continguts (via reposts, stories) i generant conversa que promocioni la comarca (mínim una interacció setmanal).
- g)** Actualització de les dades de contacte, la imatge de les capçaleres i altres continguts necessaris dels diferents perfils socials, adequant-los a les campanyes de promoció i l'època de l'any.
- h)** Ideació i realització d'accions de promoció com concursos, sorteigs, quiz, entre d'altres tot planificant la calendarització, durada, definició de públics i l'abast, publicitat, anàlisi de resultats i propostes de millora. Es realitzaran un mínim de 3 sortejos o concursos a

Instagram anualment, i un mínim d'altres 5 accions d'interacció amb els usuaris a les xarxes socials.

i) Producció audiovisual:

- Produir i publicar un mínim de 20 reels anuals amb gravació de nou material audiovisual i producció per part de l'empresa.
- Produir i publicar un mínim de 52 reels anuals que l'empresa adjudicatària haurà de produir amb material audiovisual cedit pel Consorci.

L'empresa ha d'assumir el disseny de la proposta concreta, la seva producció, publicació i promoció.

L'empresa haurà de fer arribar tots els continguts generats al Consorci (en format .mp4, .mpeg-4, .mov o .avi) en dues versions, una versió amb el disseny creatiu i l'altre amb les imatges netes sense disseny. Els drets de propietat intel·lectual sobre les obres de tot tipus que resultin de l'execució del contracte passaran a ser propietat del Consorci. Els costos de desplaçament seran a compte de l'empresa que licita.

Gestió de la publicitat de pagament a les xarxes socials

- Planificació de les campanyes i grups de segmentació amb l'equip del Consorci: Es realitzarà publicitat a xarxes socials de forma regular i s'estipularà de forma mensual el contingut a promocionar així com les campanyes necessàries, amb un mínim de 12 campanyes anuals.
- Disseny de la imatge en els diferents formats segons l'estil de cada campanya i seguint les línies editorials del Consorci.
- Posada en marxa i seguiment de les campanyes.
- Anàlisi de les campanyes justificat amb els informes pertinents de costos i resultats.
- La inversió mensual proposada serà validada per part del Consorci en les reunions quinzenals.

Monitorització dels continguts publicats sobre #Turismemaresme, #Maresme i altres hashtags de campanyes del Consorci

- Seguiment dels continguts sobre la destinació publicats a les diferents xarxes socials, blogs i mitjans online.
- Utilització d'eines de monitorització de les etiquetes #TurismeMaresme i #Maresme i #costabcnmaresme i altres etiquetes específiques d'esdeveniments i campanyes del Consorci.
- Detecció dels usuaris més influents, dels temes més populars i conflictius i detecció dels continguts més destacats a cada xarxa social i mitjans online.

Manteniment de base de dades de prescriptors: bloguers, influencers (instagramers, youtubers, etc.) i creadors de contingut:

- Inclusió de nous registres a la base de dades aconseguits a través d'accions.
- Base de dades de prescriptors i creadors de continguts de segments i mercats concrets que poden ser d'interès per donar a conèixer el Maresme: Cerca activa, introducció de les dades de contacte i actualització i ampliació de la base de dades segmentats per

perfil (*bloguers, instagrammers, youtubers* i altres tipus de creadors de continguts), indicat la especialització temàtica de continguts, tipus i qualitat de continguts, mercats a qui s'adrecen, presència online, nombre de seguidors, interacció i dades de contacte.

Seguiment i lliurables

Coordinació amb l'equip del Consorci per assegurar que la gestió de les xarxes i els seus continguts corresponen amb l'estratègia turística comarcal de promoció i comunicació.

- Reunions amb l'equip del Consorci:

Es realitzarà, com a mínim, una reunió mensual online amb el Consorci per analitzar com evolucionen els diferents perfils i tractar els temes més importants. Així mateix, hi haurà una comunicació diària amb l'equip tècnic del Consorci via correu electrònic, telèfon i WhatsApp. S'organitzarà, com a mínim, una reunió presencial de forma trimestral.

- Informes de seguiment:

Mensualment el licitador exposarà i posarà en comú l'anàlisi de l'informe mensual de totes les xarxes socials per comentar les accions realitzades i el seu impacte que haurà d'incloure indicadors i mètriques que permetin un seguiment i avaluació dels treballs desenvolupats a cada xarxa social (nombre de publicacions, stories i reels publicats, seguidors i seguidors guanyats, engagement i nombre de municipis que han aparegut a les xarxes, i altres que puguin ser requerits pel personal tècnic del Consorci), així com els resultats i propostes de millora. Aquest informe es presentarà durant la primera setmana de mes, en referència als resultats del mes anterior.

Anualment, l'empresa licitadora lliurarà un informe de valoració amb els indicadors i mètriques que permetin un seguiment i avaluació dels treballs desenvolupats a cada xarxa social, així com els resultats i propostes de millora.

- Monitorització i anàlisi dels perfils socials:

L'empresa haurà d'incloure en els informes de mètriques mensuals i anuals amb els principals indicadors de cada perfil (número de seguidors, creixement, engagement...), així com l'anàlisi de l'abast, inversió i impacte de les accions mensuals publicitàries i de les accions i campanyes realitzades, i proposar accions de millora dels resultats.

- Seguiment i interacció dels *hashtags* #turismemaresme i #maresme. A més, en campanyes concretes del Consorci es crearan *hashtags* específics els quals també caldrà interactuar i fer seguiment.

- Assistència, assessorament i realització d'informació de resultats i impacte a les xarxes Socials. L'empresa haurà de facilitar al Consorci del Maresme aquella informació necessària relativa a l'impacte i resultats de les xarxes socials per a presentacions que l'entitat hagi de donar a conèixer en reunions, esdeveniments i altres actes adreçats a l'oferta turística de la comarca.

En moments puntuals que es valori necessari, l'empresa contractista haurà de participar activament per explicar en persona les accions en la dinamització de les xarxes socials del Consorci del Maresme.

Organització d'una sessió de formació sobre xarxes socials adreçada als professionals del turisme del Maresme a l'any, si es valora necessari.

5. RECURSOS HUMANS NECESSARIS

L'empresa ha d'assegurar un equip de treball professional, experimentat i suficient per desenvolupar totes les tasques i atendre les xarxes socials els 7 dies a la setmana i els 365 dies de l'any.

L'adjudicatari haurà d'assignar una persona encarregada de l'execució del servei que haurà d'acreditar que disposa d'una experiència mínima de 3 anys en la gestió de xarxes socials.

Així mateix, aquesta persona haurà d'acreditar:

- Acreditació de coneixements de llengua catalana de nivell C1 o superior,
- Acreditació de coneixements de llengua castellana:
 - o Haver cursat la primària, la secundària i el batxillerat a l'Estat espanyol
 - o O diploma d'espanyol (nivell C2 o equivalent).
 - o O certificat d'aptitud en espanyol per a estrangers expedit per les escoles oficials d'idiomes.

Mitjà d'acreditació:

- Currículum vitae
- Original o còpia compulsada de les titulacions
- L'experiència es justificarà mitjançant la presentació de contractes o altra documentació acreditativa de la persona que s'adscriu a l'execució del contracte, com pot ser informe de vida laboral.
- Es presentarà el portafolis de projectes gestionats per altres destinacions turístiques, entitats públiques o empreses privades així com exemples de casos d'èxit (com poden ser posts virals, augment d'engagement, accions amb influencers i altres)

L'adjudicatari haurà d'assignar una persona encarregada de la interlocució amb el Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme. L'empresa adjudicatària haurà de facilitar les dades de contacte i lliurar un número de telèfon mòbil per una comunicació més àgil.

Així mateix, han de comptar amb els mitjans materials necessaris per poder portar a terme les tasques objecte del contracte, entre elles, equipament informàtic i telèfons mòbils amb connexió internet, equipament de gravació, i aquells altres que siguin necessaris per realitzar les tasques objecte del contracte.

L'incompliment del compromís d'adscripció de mitjans pot constituir causa de resolució o ser objecte de penalització. Aquest compromís té caràcter d'obligació essencial i el seu incompliment podrà ser objecte de penalització o resolució del contracte.

El personal ha de tenir capacitat de treball en equip segons les tasques o gestió descrites.

L'empresa adjudicatària haurà de mantenir durant la durada del contracte a la mateixa persona

assignada responsable de l'execució servei, que podrà ser substituïda per situacions justificades, atès que el canvi de la persona podria posar en perill la homogeneïtat del servei.

En cas de malaltia, baixa del personal, vacances reglamentàries i altres causes anàlogues, el servei haurà de ser cobert immediatament, de forma que es mantingui de forma permanent el servei, per personal amb la mateixa experiència i formació d'acord amb les condicions ofertes en la proposta presentada i en els plecs de clàusules administratives.

El Consorci podrà demanar a l'empresa adjudicatària el canvi de la persona encarregada de l'execució del servei, quan consideri que no porta a terme de forma correcta el servei, d'acord a les condicions fixades en l'oferta presentada i en els plecs.

6. PROPIETAT INTEL·LECTUAL

Tots els drets de propietat intel·lectual sobre les obres de tot tipus que resultin de l'execució del contracte passaran a ser propietat del Consorci, de forma exclusiva per a tot el món i pel temps de durada legal dels drets, d'acord amb el Reial Decret Legislatiu 1/1996, de 12 d'abril, pel qual s'aprova el Text refós de la Llei de propietat intel·lectual, la Llei 21/2014, de 4 de novembre, per la qual es modifiquen el text refós de la Llei de propietat intel·lectual, aprovat pel Reial decret legislatiu 1/1996, de 12 d'abril, i la resta de normativa en la matèria.

El Consorci Costa del Maresme és el titular exclusiu de tots els drets de propietat intel·lectual industrial derivats dels treballs encomanats en virtut del contracte i, com a tal, de tots els drets d'explotació, inherents a aquests, amb caràcter mundial, i podrà exercir-los en la forma més àmplia que la Llei permeti, la qual cosa en compren la reproducció, la distribució, la transformació, la comunicació pública i la posada a disposició en qualsevol suport format o idioma, i amb els efectes que les lleis determinin.

En conseqüència el contractista s'haurà d'abstenir de comercialitzar, publicar, difondre o comunicar de qualsevol forma, totalment o parcial, el contingut dels citats materials i treballs sense el consentiment previ exprés del Consorci. A més, en extingir-se el contracte per qualsevol causa es compromet a lliurar al Consorci qualsevol material que com a conseqüència de la prestació de serveis estigui en poder seu o del seu personal.

7. NO DIVISIÓ EN LOTS

De conformitat amb l'article 116.4.g) de la LCSP, no és idoni dividir l'objecte del contracte en lots perquè:

La gestió de les xarxes socials és un servei que requereix coherència estratègica, unitat de marca i coordinació constant.

Les xarxes socials són l'altaveu digital d'una entitat i han de transmetre una imatge homogènia. Si diferents empreses gestionen canals separats, poden sorgir inconsistències en el to de veu i estil comunicatiu, missatges i narratives. A més la planificació de continguts ha de tenir una visió integrada amb un calendari editorial unificat, una estratègia de publicació coherent i un pla

d'acció per a situacions de crisi reputacional. El seguiment de l'impacte de les xarxes socials ha de ser integral i ajustar les estratègies en conseqüència.

8. VALOR ESTIMAT DEL CONTRACTE

El valor estimat del contracte és 60.000,00 € (seixanta mil euros). El VEC s'ha calculat de la manera següent:

Concepte	Base imposable
IMPORT PRIMER ANY DE CONTRACTE	15.000,00
Pròrrogues: 1r any	15.000,00
Pròrrogues: 2on any	15.000,00
Pròrrogues: 3r any	15.000,00
TOTAL	60.000,00

9. PRESSUPOST BASE DE LICITACIÓ I PREU DEL CONTRACTE

El pressupost base de licitació, entès com el límit màxim de despesa que en virtut del contracte es pot comprometre l'òrgan de contractació (que coincideix amb el preu del contracte), és de 18.150 € (divuit mil trenta euros) dels quals 15.000,00 € (quinze mil euros) corresponen a la base imposable i 3.150,00 € (tres mil cent cinquanta euros) corresponen a l'IVA (al tipus de 21%).

El pressupost base de licitació es desglossa en les següents anualitats:

Anualitat	Part	Base Imposable	IVA desglossat	Total
2025	01-07-2025 a 31-12-2025	7.500,00	1.575,00	9.075,00
2026	01-01-2026 a 30-06-2025	7.500,00	1.575,00	9.075,00
	TOTAL CONTRACTE	15.000,00	3.150,00	18.150,00

- La retribució respon de les prestacions i subprestacions següents:

Serà necessari aportar de manera mensual un informe amb aquells indicadors que es consideren d'interès per valorar el servei realitzat compostat pels següents: nombre publicacions, stories i reels publicats. Nombre de seguidors en cada xarxa així com engagement, el nombre de municipis que han aparegut a xarxes; i altres que puguin ser requerits pel personal tècnic del Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme.

La informació a recollir pel correcte seguiment d'aquests indicadors serà, com a mínim, els següents:

- Nombre de municipis mencionats a xarxes socials

- Nombre de insercions realitzades durant un període de temps
- Increment de seguidors a xarxes
- Dades d'engagement dels seguidors
- Nombre d'accions publicitàries i el seu resultat

En el preu es consideraran inclosos els tributs, les taxes, els cànon de qualsevol tipus que siguin d'aplicació, així com totes les despeses que s'originin com a conseqüència de les obligacions establertes en aquest plec i en el plec de prescripcions tècniques que s'han de complir durant l'execució del contracte.

El preu del contracte (sense IVA) s'ha calculat de la forma següent:

DETERMINACIÓ PRESSUPOST DE LICITACIÓ	IMPORT
Costos directes	
Costos salarials	13.043,48 €
TOTAL (Suma costos directes)	13.043,48 €
Costos indirectes	
Despeses generals d'estructura (10%)	1.304,35 €
Benefici industrial (5%)	652,17 €
TOTAL (Suma costos indirectes)	1956,52 €
Import total sense IVA	15.000,00 €
IVA	3.150,00 €
Import total (IVA Inclòs)	18.150,00 €

L'estimació dels costos salarials s'ha calculat en base a la dedicació prevista per les tasques encomanades i els costos salarials mitjans de mercat d'una persona dedicada al servei objecte de licitació.

10. CRÈDIT PRESSUPOSTARI

L'aplicació pressupostària per a fer front a la despesa de les diverses anualitats és la 100.432.22706 Estudis i Treballs Tècnics.

L'adjudicació del present contracte resta sotmesa a la existència de crèdit adequat i suficient d'acord amb allò previst a l'art 110 del TRLCSP. Està prevista l'inici de la vigència del contracte per l'1 de juliol de 2025.

11. DURACIÓ DEL CONTRACTE I PRÒRROQUES

El contracte tindrà una duració d'un any a comptar des de la formalització del contracte en document administratiu. El termini total i els terminis parcials són els que es fixen en el programa de treball que s'aprovi, si s'escau, o en el plec de prescripcions tècniques.

El contracte es podrà prorrogar per un període d'un any fins un màxim de quatre.

La pròrroga s'acordarà per l'òrgan de contractació i serà obligatòria per a l'empresa contractista, sempre que la preavisi amb, almenys, dos mesos d'antelació a l'acabament del termini de durada del contracte. La pròrroga no es produirà, en cap cas, per acord tàcit de les parts.

12.CONTRACTISTA. SOLVÈNCIA ECONÒMICA I FINANCERA

De conformitat amb l'article 87 de la LCSP els licitadors, per tal d'acreditar la seva solvència econòmica i financera, hauran d'aportar:

Caldrà que els licitadors comptin amb un volum anual de negocis en el darrer any que, iguali o superi el 70% del l'import del VEC (42.000,00 euros).

Mitjans d'acreditació:

Presentació de comptes anuals aprovats i dipositats al Registre mercantil, si l'empresari hi estigués inscrit; en cas contrari, pels dipositats en el registre oficial en què hagi d'estar inscrit. Els empresaris individuals no inscrits en el Registre Mercantil acreditaran el volum de negocis mitjançant els llibres d'inventaris i comptes anuals legalitzats en el Registre Mercantil o organisme públic equivalent.

Si el licitador és una persona física i no està obligat a portar llibres d'inventaris i comptes anuals legalitzats pel Registre Mercantil podrà substituir aquesta sistemàtica de justificació per l'aportació d'una declaració responsable en la que manifesti aquesta situació i la documentació de què disposa per verificar el seu volum anual de negocis (declaració del volum de negocis de les declaracions de les rendes corresponents....)..

13.CONTRACTISTA. SOLVÈNCIA TÈCNICA I PROFESSIONAL

De conformitat amb l'article 90 de la LCSP els licitadors, per tal d'acreditar la seva solvència tècnica i professional, hauran d'aportar:

- DECLARACIÓ INDICANT ELS TÈCNICS O LES UNITATS TÈCNIQUES, estiguin o no integrades en l'empresa, dels quals aquesta disposi per a l'execució del servei, especialment els responsables del control de qualitat, acompanyada dels documents acreditatius corresponents. En aquesta declaració ha de constar un mínim d'1 tècnic i reforços en moments puntuals.

També s'haurà d'indicar, si s'escau, de la part del contracte que l'empresa tingui la voluntat de subcontractar, de conformitat amb aquests plecs.

CLASSIFICACIÓ EMPRESARIAL:

La solvència econòmica i tècnica mínima requerida als apartats anteriors, es podrà acreditar, alternativament, amb la classificació empresarial en els grups, subgrups i categories que tot seguit es detallen:

- Grup T, subgrup 1, categoria 1

14. CRITERIS D'ADJUDICACIÓ I VALORACIÓ DE LES OFERTES

Per determinar l'oferta amb una millor relació qualitat-preu es tindrà en compte varis criteris de valoració, que s'especifiquen a continuació:

1.- PREU (criteri de valoració automàtic): FINS A 35 PUNTS

Es valorarà la baixa en el pressupost base de licitació, IVA exclòs, proporcionalment tant a la part fixa com variable, conformitat amb la fórmula següent:

$$PO = (PM - (PM * (O - MOE) / MOE))$$

En què:

PO = punts de l'oferta O

PM = Puntuació màxima

O = valor oferta que es puntua

MOE = Millor oferta econòmica

La puntuació econòmica s'ha d'assignar en funció de les baixes que comporten les ofertes vàlidament presentades respecte al tipus de licitació, i pot suposar que no s'assigni la màxima puntuació a cap oferta.

S'assignaran 0 punts a les ofertes iguals al pressupost base de licitació, IVA exclòs.

2.- QUALITAT TÈCNICA DELS RECURSOS HUMANS A ADSCRIURE A L'EXECUCIÓ DEL CONTRACTE (criteri de valoració automàtic): FINS A 35 PUNTS.

- Experiència com a responsable de comunicació:
 - D'1 a 5 anys – 3 punts
 - De 6 a 10 anys – 7 punts
- Experiència com a community manager i en la gestió de xarxes socials:
 - D'1 a 5 anys – 3 punts
 - De 6 a 10 anys – 7 punts
- Experiència contrastada en la gestió de xarxes socials per institucions públiques i/o entitats turístiques:
 - D'1 a 5 anys – 3 punts
 - De 6 a 10 anys – 7 punts
- Experiència contrastada en la creació de plans de comunicació digital (capacitat per a desenvolupar un pla estratègic de xarxes socials, coneixement de màrqueting de continguts i planificació i gestió d'un calendari editorial):
 - D'1 a 5 anys – 3 punts
 - De 6 a 10 anys – 7 punts

- Eines de treball: capacitat d'elaborar informes detallats amb mètriques clau (engagement, creixement de l'audiència, impacte de les campanyes publicitàries, etc.) així com experiència en ús d'eines d'anàlisi com Google Analytics, Metricool, Canva, Meta Business Suite, Google Ads, etc.).
 - D'1 a 5 anys – 3 punts
 - De 6 a 10 anys – 7 punts
- Disposar d'un segell de sostenibilitat empresarial (Biosphere, B-corp...)
 - 5 punts

3- MEMÒRIA TÈCNICA DEL SERVEI (criteri subjecte a judici de valor): FINS A 25 PUNTS

Les empreses licitadores hauran de presentar una memòria tècnica del servei de la qual es valoraran els aspectes següents:

1. Definició del Pla de treball anual en base als requisits definits anteriorment per a la prestació del servei gestió de xarxes socials del Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme, i que permetin difondre els atractius turístics de la comarca, els projectes i novetats del Consorci així com mantenir l'engagement i la comunicació constant amb els usuaris de les xarxes. (fins un màxim de 15 punts)

S'ha d'incloure la planificació i elaboració de continguts anuals per al perfil d'Instagram del Consorci, incloent campanyes de promoció, línies de producte definides en el Pla de Màrqueting (esports 365, natura i actiu, eno-gastronomia, mar i platges, cultura i benestar i salut) a més dels transversals de accessibilitat, sostenibilitat o familiar, entre altres.

També es tindrà en compte la visibilitat dels 30 municipis del Maresme i l'oferta turística de la comarca. S'hauran d'indicar propostes de contingut i la planificació de la publicitat, ideació de accions de promoció com sortejos o concursos (incloent calendarització, durada, abast...).

Per a la valoració d'aquest apartat, es tindran en compte els següents paràmetres:

- Coneixement de l'oferta i l'estratègia turística de la comarca.
 - Grau de visibilitat de les diferents campanyes, línies de productes i equilibri territorial i visibilitat de l'oferta turística.
 - Proposta de calendari
 - Planificació de la publicitat
 - Accions de promoció
 - Coherència, redacció i claredat de la proposta presentada.
 -
2. Accions de millora del servei que no representin un cost econòmic per a l'entitat adjudicatària. L'empresa licitadora haurà de definir accions que siguin fora dels requisits fixats en els plecs per tal de donar un valor afegit al servei al qual volen optar. (fins a un màxim de 10 punts). Aquestes accions poden ser dels següents àmbits:
 - a. Atenció al client i gestió de la comunitat
 - b. Millora en l'estratègia audiovisual

- c. Col·laboracions i dinamització
- d. Generals que es considerin adients per a implementar al Maresme.

A efectes del càlcul de la màxima puntuació, en cas que es presentin individualment a la licitació empreses que pertanyin al mateix grup, en els termes establerts en l'article 42.1 del Codi de comerç, per als càlculs es tindrà en compte, únicament, l'oferta més baixa.

La resta d'ofertes es puntuaran en funció de les baixes de manera proporcional.

Només formaran part del contracte, els criteris oferts que siguin valorats tècnicament de forma positiva.

En tot cas, el Consorci es reserva la facultat d'adjudicar el contracte a qui reuneixi, al seu entendre, les condicions més avantatjoses en relació qualitat-preu d'acord amb els criteris assenyalats o a declarar-lo desert en els termes d'allò que disposa l'article 150.3 LCSP.

En cas d'igualtat en les proposicions presentades, tindran preferència a l'adjudicació d'aquest contracte de conformitat amb l'article 147.2 LCSP:

1. L'empresa amb el percentatge de treballadors amb discapacitat o en situació d'exclusió social en la plantilla de cadascuna de les empreses; en cas d'igualtat ha de prevaldre el nombre més alt de treballadors fixos amb discapacitat en plantilla, o el nombre més alt de persones treballadores en inclusió en la plantilla.
2. L'empresa amb el percentatge inferior de contractes temporals en plantilla de cadascuna de les empreses.
3. L'empresa amb el percentatge superior de dones ocupades en la plantilla de cadascuna de les empreses.
4. Per sorteig, en cas que l'aplicació dels anteriors criteris no hagi donat lloc a un desempat.

15.CONDICIONS ESPECIALS D'EXECUCIÓ

Les condicions especials en relació amb l'execució, d'obligat compliment per part de l'empresa contractista i, si escau, per l'empresa o les empreses subcontractistes, són les que s'estableixen a continuació:

- L'empresa adjudicatària haurà de presentar un PLA AFAVORINT L'APLICACIÓ DE MESURES QUE FOMENTIN LA IGUALTAT ENTRE DONES I HOMES A LA FEINA.

16.TERMINI DE GARANTIA

Serà de 1 mes des de la finalització del contracte. La finalització del contracte s'acreditarà amb l'acta de recepció, en la qual s'haurà de fer constar la conformitat, del responsable del contracte, respecte a la quantitat i a la qualitat dels serveis prestats.

Mataró, mes de 2025