



PROCORNELLÀ

Albert Einstein 47 49
08940 Cornellà de Llobregat Barcelona
Tel 93 474 02 02
infourbana@procornella.cat



Ajuntament de
Cornellà de Llobregat

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES PARTICULARS PER A LA CONTRACTACIÓ DEL SERVEI DE GESTIÓ DE LES XARXES SOCIALS DE: LOT 1: CENTRES POLIESPORTIUS GESTIONATS PER PROCORNELLÀ (PARC ESPORTIU LLOBREGAT I COMPLEX AQUÀTIC I ESPORTIU CAN MERCADER) I LOT 2: CORNELLÀ CREACIÓ FÒRUM, PEL TERMINI DE DOS ANYS, DINS EL PLA ESTRATÈGIC DE COMUNICACIÓ DE PROCORNELLÀ.

EXPEDIENT DE CONTRACTACIÓ: 25-90

TIPUS CONTRACTACIÓ: PROCEDIMENT OBERT

PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES PARTICULARS EN ELS CONTRACTES DE SERVEIS:

El següent plec de prescripcions tècniques particulars ha de regir la realització de la prestació i defineix les seves qualitats, les seves condicions de conformitat amb el requisit segons el tipus de contracte que s'estableix en l'article 125.1b en concordança amb l'article 17 de la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de contractes del sector públic.

1.-OBJECTE

Constitueix l'objecte del contracte la prestació del servei integral de disseny, dinamització, gestió, seguiment i optimització de les xarxes socials corporatives, d'acord amb el Pla Estratègic de Comunicació vigent de PROCORNELLÀ, en relació a:

Lot 1.- Parc Esportiu Llobregat i Complex Aquàtic i Esportiu Can Mercader

Són dos equipaments esportius i socials de referència a Cornellà de Llobregat, gestionats per l'empresa municipal PROCORNELLÀ.

Són instal·lacions modernes i versàtils, ambdós disposen de piscines cobertes i exteriors, sales de fitness, i zones d'activitats dirigides

El Parc Esportiu Llobregat, disposa, a més a més, d'un pavelló poliesportiu, així com d'espais socials com el **Centre Cívic i la Ludoteca**, serveis amb una destacada funció social i comunitària.

Aquests espais ofereixen anualment programacions d'activitats estructurades per trimestres (hivern, primavera i tardor), així com activitats intensives durant el període d'estiu (juliol). El contracte inclou l'obligació de donar difusió de tota aquesta programació a través dels perfils oficials a les xarxes socials, garantint-ne una comunicació clara, atractiva i accessible per a la ciutadania.

A més de promoure la pràctica esportiva i els hàbits saludables, també actuen com a punts de trobada per a activitats culturals i de cohesió social.

Al llarg de l'any es desenvolupen tant campanyes de comunicació de caràcter continuat com accions puntuals, totes elles recollides en un calendari anual d'activitats.

Paral·lelament, també s'organitzen esdeveniments o iniciatives fora d'aquest calendari, que requereixen igualment accions específiques de promoció i difusió a través dels perfils oficials a les xarxes socials.

L'objecte del contracte inclou, per tant, la creació i gestió de continguts relacionats amb qualsevol activitat programada o no programada que sigui impulsada per la direcció dels Serveis Esportius o pel Departament de Comunicació de PROCORNELLÀ, garantint la seva visibilitat i impacte digital.

Lot 2 Cornellà Creació Fòrum

El **Cornellà Creació Fòrum** és una plataforma de debat impulsada per l'Ajuntament de Cornellà de Llobregat i gestionada per l'empresa municipal PROCORNELLÀ.

La seva finalitat principal és promoure el diàleg, la reflexió i l'intercanvi d'idees entre el teixit empresarial, les institucions i els principals agents socials i econòmics.

El Fòrum desenvolupa una programació anual composta per un total de sis esdeveniments, en format de conferències, col·loquis i trobades, amb la participació de ponents de reconegut prestigi a escala nacional i internacional.

Aquestes trobades aborden temàtiques d'actualitat com la innovació, l'economia, l'emprenedoria i la societat, consolidant el Fòrum com un espai de referència en l'àmbit del pensament estratègic i empresarial.

L'objecte del contracte inclou planificar, executar i fer el seguiment de l'estratègia de comunicació digital del Fòrum, donant cobertura a cada esdeveniment abans, durant i després de la seva celebració a través dels perfils oficials a xarxes socials.

2.- FINALITAT DE LA PRESTACIÓ DEL SERVEI

La **finalitat de la prestació del servei** per ambdós lots és potenciar la presència digital de PROCORNELLÀ, donar difusió de la programació i les activitats que es desenvolupen, així com impulsar campanyes de captació i fidelització de públics, i reforçar la imatge corporativa i de marca de PROCORNELLÀ per les dites àrees.

3.- DISPONIBILITAT

La disponibilitat majoritària és en dies laborables; tanmateix, és necessari garantir el seguiment les 24 hores del dia, els 7 dies de la setmana.

4.- RESERVA DEL DRET A REDUIR PARCIALMENT L'OBJECTE DEL CONTRACTE

PROCORNELLÀ es reserva el dret de reduir parcialment l'objecte del contracte, amb compliment d'un preavís de tres mesos, reduint-se de forma proporcional la contraprestació i sense que LA CONTRACTISTA tingui dret a percebre cap tipus de reclamació i/o indemnització.

5.- DISTINCIÓ EN LOTS I ADJUDICACIÓ CONJUNTA

LOTS: La realització independent de les diverses prestacions compreses en l'objecte del contracte del LOT 1 i LOT 2 dificultaria la correcta execució del mateix des del punt de vista tècnic, perquè, d'una banda, s'exigeix el mateix format, imatge corporativa, i d'altra banda, perquè ha de ser coherent dins el Pla Estratègic de Comunicació vigent de PROCORNELLÀ.

És per això que caldrà adjudicar el contracte relatiu a ambdós lots al mateix licitador, formant part d'un únic contracte.

La diferenciació en dos lots, obeeix, d'una banda, als diferents ítems temporals i tasques a desenvolupar, fixats en funció de les característiques i naturalesa diferent del que ha de ser objecte de comunicació per cada lot; i d'altra banda, al fet que la segona anualitat del LOT 2.- relatiu al Cornellà Creació Fòrum, restà condicionada a l'efectiva realització de l'esdeveniment per a l'edició corresponent.

6.- ÍTEMS TEMPORALS LOT 1 I LOT 2:

- **Seguiment i cobertura en directe de les activitats programades i no programades i presència in situ en esdeveniments o accions especials, segons:**
 - **LOT 1: cal realitzar visita presencial si es requereix a 4 esdeveniments anuals incloses en el servei.**
 - **LOT 2: a tots els actes que es realitzin que són 6 anuals.**
- **En el cas d'algun imprevist en algun dels esdeveniments programats és necessari donar resposta en 2 hores màxim.**
- **Les respostes dels usuaris d'informació de servei cal que es responguin per les xarxes en un termini màxim de 2 hores.**
- **En el cas d'informació crítica cal consultar aquest contingut amb els responsables del contracte. Se'ls ha d'haver informat en un termini màxim de 2 dues hores posteriors a la situació i una vegada es tingui la resposta consensuada cal informar en un termini màxim de 2 hores.**

7.- SISTEMA DE CàLCUL DEL PREU BASE DEL CONTRACTE

Càlcul del nombre d'hores estimades de l'equip adscrit al compliment a l'execució del contracte:

Total del contracte:

- **Hores anuals: 1.160 hores**
- **Hores tota per tota la durada del contracte per 2 anys: 2.320 hores**

Per cada lot:

- **LOT 1:** 760 hores/anuals estimades per a la gestió de xarxes social de Parc Esportiu Llobregat i Complex Aquàtic i Esportiu Can Mercader: 1.520 hores per tota la durada del contracte.
- **LOT 2:** 400 hores/anuals per a la gestió de xarxes socials del Cornellà Creació Fòrum: 800 hores per tota la durada del contracte.

D'una banda, s'han tingut en compte les hores previstes per al disseny de les campanyes dels equipaments esportius, l'assistència presencial a 4 actes anuals esportius, així com el seguiment i l'actualització regular i periòdica dels perfils a les xarxes socials.

D'altra banda, també s'ha considerat l'assistència presencial a cadascun dels actes programats del Cornellà Creació Fòrum, 6 anuals, així com el seguiment i l'actualització dels perfils corresponents de manera regular i continuada.

El preu hora estimat mitjà per aquestes tasques és de 22,00 €/h, però s'ha de tenir en compte que **la tasca a realitzar té caràcter finalista**, i que l'objecte de la licitació és dur a bon terme la gestió de xarxes socials, d'una banda dels perfils del Parc Esportiu Llobregat i del Complex Can Mercader i, de l'altra, del Cornellà Creació Fòrum dins del Pla Estratègic de Comunicació de PROCORNELLÀ.

El preu hora mitjà: no pot ser superior a 22,00 €/hora ni inferior a 17,00 €/hora.

Cas que es presenti el preu, ja sigui per sobre o sota d'aquest rang, serà exclosa automàticament de la licitació.

8.- FORMA DE REALITZACIÓ DE L'OBJECTE DE LA PRESTACIÓ

L'objecte de la prestació es realitzarà amb seguiment de les instruccions que per cada lot es donin per part del responsable del contracte, i de conformitat amb aquest PPTP de l'expedient núm. 25-90.

9.- TASQUES COMPRESSES EN L'OBJECTE DE LA PRESTACIÓ

9.1. Gestió de perfils i imatge corporativa:

- Cal mantenir i actualitzar els perfils actuals en les següents xarxes socials:
 - Lot 1: YouTube, Facebook i Instagram.
 - Lot 2: Facebook, X, YouTube i Instagram.
- Cal reforçar la imatge corporativa i de marca dels serveis inclosos als Lots 1 i 2, garantint una presència digital coherent, moderna i alineada amb els valors de l'organització en tots els perfils.
- Si la direcció de les àrees ho requereixen, s'hauran de crear nous perfils en xarxes socials no utilitzades fins al moment, amb la finalitat d'ampliar la presència digital i arribar a nous públics objectiu. Així mateix, es podran crear nous perfils o subperfils dins de xarxes socials ja existents, quan l'estratègia de comunicació ho requereixi per segmentar continguts o adaptar-los a diferents receptors finals.

9.2. Disseny, producció i continguts

- Cal fer el disseny i la producció de materials gràfics i audiovisuals adaptats als diferents canals socials, formats i públics objectiu, incloent-hi continguts per a publicacions ordinàries, específiques (o de caràcter especial) i promocionades.
 - S'entén per publicacions ordinàries les publicacions habituals dels perfils: notícies, informació de servei, contingut corporatiu, recomanacions, activitats, etc.
 - S'entén per publicacions específiques aquelles de caràcter especial o no rutinàries: campanyes temàtiques, felicitacions efemèrides, actes institucionals, informació d'actes o activitats no contemplades en la programació habitual, imprevistos, etc.
 - S'entén per publicacions promocionades aquelles accions complementàries que poden rebre una inversió econòmica per augmentar visibilitat o arribar a un públic específic. Per exemple: accions amb influencers, anuncis creats amb un objectiu concret, sortejos, etc.

9.3. Planificació estratègica i calendari de continguts

- Cal planificar de forma estratègica les campanyes digitals, en coordinació amb la direcció dels serveis corresponents (Lot 1 i Lot 2) i amb la cap de Comunicació de PROCORNELLÀ, amb l'objectiu de definir accions segmentades, eficients i orientades a resultats.

Tasques específiques del LOT 1:

- a) Definició de l'estratègia comunicativa digital en el marc de cada campanya de comunicació específica per temporades.
- b) Definició de l'estratègia comunicativa digital per a cada activitat programada i proposada per la direcció dels Serveis Esportius o pel departament de Comunicació.
- c) Campanyes de captació de nous usuaris i usuàries.
- d) Campanyes de fidelització d'usuaris i usuàries.
- e) Propostes de noves accions o campanyes.
- f) Definició del pla de disseny i elaboració del material audiovisual i fotogràfic per les xarxes socials.
- g) Definició del pla de continguts i formats pels diferents perfils.

Tasques específiques del LOT 2:

- a) Definició de l'estratègia comunicativa digital en el moment de llançament de cada nova temporada del Cornellà Creació Fòrum.
- b) Definició de l'estratègia comunicativa digital per a cada acte programat.
- c) Campanyes de captació de nous seguidors i seguidors i potencials assistents.
- d) Campanyes de fidelització dels actuals seguidors i seguidors.
- e) Propostes de noves accions o campanyes.
- f) Definició del pla de disseny i elaboració del material audiovisual i fotogràfic per les xarxes socials.
- g) Definició del pla de continguts i formats pels diferents perfils i per a cada acte.

- Cal presentar un calendari mensual clar i estructurat amb previsió de continguts, formats i canals, i amb un grau de detall suficient que diferenciï els continguts regulars i els específics (aniversaris, dies internacionals, campanyes puntuals, etc.).
- Cal adequar el calendari mensual a la planificació de la programació establerta d'activitats, esdeveniments i temporades.
- Cal descriure les tasques a cada fase: producció de continguts, programació, seguiment i anàlisi post-campanya.
- Cal diferenciar la planificació segons els canals, tenint en compte ritmes i formats específics:
 - Formats adaptats a cada canal (posts, stories, reels, vídeos, etc.).
 - Cal adaptar la planificació al volum i freqüència de cada xarxa social.

9.4. Planificació de campanyes

- S'ha de proposar una planificació per fases per a cada campanya:
 - Inici i fi de la campanya.
 - Dates clau per al llançament, seguiment i tancament.
 - Integració al calendari global de publicacions ordinàries.
- Cal descriure de forma clara cada campanya:
 - Objectiu comunicatiu definit (què es vol aconseguir: promocionar un servei, fidelitzar assistents, informar, etc.).
 - Públic objectiu ben identificat.
 - Missatge clau o lema central de la campanya.
 - Enfocament creatiu (to, estètica, formats visuals).
- Si la campanya té relació amb una campanya establerta per la direcció de les àrees, cal adaptar-la a la línia creativa per xarxes següent:

- La coherència visual i de missatge amb la identitat gràfica i comunicativa de l'equipament escollit.
- Fent ús de recursos gràfics propis de cada temporada o servei.
- Calen definir accions promocionades o complementàries fixades en les campanyes:
- Propostes d'interacció amb el públic si es requereixen (concursos, enquestes, etc.).
- Relació amb altres accions de comunicació (nota de premsa, cartelleria, newsletters, etc.).

9.5. Coordinació i gestió d'equips

- Quant a la coordinació de recursos i rols:
 - S'ha de detallar qui fa què i quan, amb assignació de tasques clares dins l'equip si és el cas.
 - S'ha d'incloure un cronograma de treball col·laboratiu amb l'equip de Procornellà.

9.6. Anticipació i flexibilitat

- Quant a la necessitat d'anticipació i flexibilitat:
 - Caldrà adaptar-se davant de canvis d'última hora o imprevistos amb plena capacitat de reacció i modificació de la planificació establerta en menys de 24 hores.
 - Calen mecanismes per revisar o reprogramar continguts de caràcter específic segons la necessitat (cancel·lacions, modificacions d'activitats per inclemències meteorològiques, etc.).

9.7. Interacció amb seguidors

- Cal interactuar amb els seguidors donant resposta, sempre que sigui necessari, en un termini màxim de dues hores.
 - En el cas de contingut ordinari, s'haurà de donar resposta directa dins aquest termini màxim de dues hores.
 - Si es tracta de queixes, propostes o consultes sobre temes dels quals no es disposi de la informació necessària, caldrà traslladar la incidència als directors d'àrea corresponents, amb l'objectiu que es pugui oferir una resposta definitiva en un màxim de dues hores des del moment de la consulta inicial.

9.8. Seguiment i avaluació

- Quant a seguiment i avaluació:
 - S'hauran de fer servir indicadors per mesurar l'impacte de les campanyes, interaccions, etc.
 - Caldrà fer informes trimestrals per informar de l'impacte i resultats.

9.9. Innovació i noves tendències

- Quant a innovació i noves tendències:
 - Calen noves propostes d'innovació com nous formats, plataformes emergents o tendències actuals (ús d'IA, influencers, etc.).
 - Cal creativitat i diferenciació respecte campanyes habituals.
 - S'han d'aconseguir continguts creatius orientats a incrementar el compromís dels usuaris i la notorietat de marca.

10.- PENES PEL CAS D'INCOMPLIMENT

L'incompliment d'alguna de les obligacions establertes en aquest Plec es considerarà un incompliment lleu.

Per cada incompliment lleu s'aplicarà una pena proporcional, amb el límit del 10% del preu del contracte, IVA exclòs, que en conjunt, no podrà superar el 50% del preu del contracte.

La reiteració d'incompliment lleus es podrà considerar un incompliment greu que pot comportar, a més a més de l'aplicació de penes per incompliment, la resolució del contracte.

També es considerarà un incompliment greu, quan:

- No es compleixi amb les obligacions determinades com essencials en el PPTP, o el PCAP.
- No es compleixi amb algun dels compromisos assolits mitjançant l'oferta que hagin estat raó determinant de l'adjudicació al seu favor.
- No es compleixi amb alguna de les condicions especials d'execució establertes com obligacions essencials, segons l'apartat m) amb concordança amb la lletra q) de la Memòria justificativa.

Per cada incompliments greu, s'aplicarà les següents penes per incompliment:

Quan la contractista hagi incorregut en un incompliment de tal gravetat que no hagués permès la celebració de l'acte o esdeveniment, s'aplicarà una pena per incompliment equivalent al doble del preu d'assistència a l'esdeveniment per cada comensal que s'hagués inscrit a l'acte, multiplicat pel número de comensals totals, que a més a més, comportarà en tot cas, la resolució de ple dret del contracte, amb reclamació de danys i perjudicis en allò que aquella no fos suficient.

Quan la contractista hagi incorregut en un incompliment greu que tot i la seva gravetat i ser defectuós, hagi permès la celebració de l'acte o esdeveniment, s'aplicarà per cada incompliment, una pena equivalent al 20% del preu de l'esdeveniment en què s'hagués incomplert, IVA exclòs, que en conjunt, no podrà superar el 60% del preu del contracte.

11.- CONFIDENCIALITAT

D'acord amb l'article 133.2 LCSP, el contractista haurà de respectar el caràcter confidencial de la informació a la qual tingui accés degut a l'execució del contracte.

El deure de confidencialitat tindrà una vigència de cinc anys a comptar des del coneixement de la informació de referència, limitant-se, en tot cas, a documents que tinguin una difusió restringida, i en cap cas a documents que siguin públicament accessibles.

De conformitat amb l'article 133.1 LCSP, l'òrgan de contractació no podrà divulgar la informació facilitada pels licitadors i designada, de forma expressa i justificada, per aquests com a confidencial.

El deure de confidencialitat no podrà impedir la divulgació pública de parts no confidencials dels contractes, respectant, en tot cas, allò disposat a la Llei Orgànica 15/1999, de 13 de desembre, de protecció de dades de caràcter personal.

12.- PROPIETAT DELS TREBALLS

La formalització del contracte comportarà la cessió a PROCORNELLÀ dels drets de propietat intel·lectual dels treballs que es realitzin en execució del contracte amb caràcter exclusiu, de conformitat amb l'article 308.1 i articles 43,45 i 48 i concordants de la Llei de Propietat intel·lectual.

LA CONTRACTISTA garanteix que els treballs tindran caràcter original, així com que n'ostenta els drets de propietat intel·lectual.

13.- COMPLIMENT PRINCIPIS D'ACTUACIÓ DE PROVEÏDORS

EL PROVEÏDOR/ CONTRACTISTA s'obliga a complir els Principis d'Actuació Bàsics dels Proveïdors de PROCORNELLÀ que s'adjuntaran en Annex al contracte que es formalitzi.

Així mateix, EL PROVEÏDOR/ CONTRACTISTA s'obliga a no realitzar ni consentir que es realitzin per les persones que es troben sota la seva direcció, supervisió, vigilància i/o control, ni en benefici directe ni indirecte, propi o de PROCORNELLÀ, cap dels delictes pels quals es poden derivar responsabilitat penal a les persones jurídiques segons la legislació vigent i aplicable en cada moment.

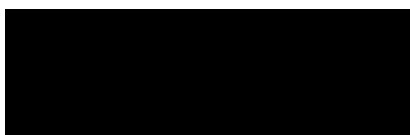
L'incompliment d'alguna de les obligacions anteriors per part del PROVEÏDOR/ CONTRACTISTA facultarà al PROCORNELLÀ a resoldre el present contracte.

14.- COMPLIMENT NORMATIVA LPBC-FT

Els licitadors hauran d'acceptar i comprometre's a que l'import que farà efectiu PROCORNELLÀ anirà a un compte obert a nom de la societat a l'Estat espanyol en una entitat financera homologada, i no es destinarà ni del Blanqueig de Capitals ni al Finançament del Terrorisme i compleix amb la Normativa de la Llei de BC i FT.

15.- LLUITA CONTRA L'ASSETJAMENT EN L'ENTORN LABORAL

LA CONTRACTISTA haurà de disposar d'un Protocol de Lluita contra l'assetjament en l'entorn laboral o adherir-se al de PROCORNELLÀ, i comprometre's a activar-lo, cas que es comuniqui a la Comissió contra l'assetjament de PROCORNELLÀ algun cas que afecti a treballadors/ col·laboradors seus, en el marc d'execució del contracte objecte d'aquest PPTP.



Elena Rodríguez
Cap de Comunicació
PROCORNELLÀ

Cornellà de Llobregat, emès a 11 de novembre de 2025 i signat a data de la signatura digital,