

PLEC DE CONDICIONS TÈCNIQUES PER LA CONTRACTACIÓ DE SERVEIS DE TREBALL ALS BARRIS – REACCIONA COMERÇ: IMPULS COMERCIAL I DIGITAL ALS BARRIS DE SANTA PERPÈTUA DE MOGODA

1. OBJECTE DE L'INFORME

L'objecte d'aquest informe és justificar i definir els aspectes tècnics essencials que han de regir el Plec de Prescripcions Tècniques (PPT) del contracte del servei *ReAcciona Comerç*, necessari per a l'execució de les actuacions previstes en el marc del programa Treball als Barris 2025.

2. OBJECTE DEL CONTRACTE

L'objecte del contracte és la prestació integral d'un servei d'assessorament comercial i digital per al comerç local, la transformació d'aparadors i la realització d'un retail tour, amb entrega final d'un informe de resultats.

Aquest objecte ja ha estat justificat a l'Informe d'Impuls; per tant, al PPT només s'inclou la descripció operativa detallada de les actuacions exigibles a l'empresa adjudicatària.

3. ESTRUCTURA DE LES ACTUACIONS TÈCNIQUES DEL CONTRACTE

L'Ajuntament de Santa Perpètua de Mogoda, a través de la Unitat de Comerç, portarà a terme de manera interna la **diagnosi prèvia del teixit comercial**, així com la **segmentació i selecció dels comerços participants** en les actuacions del projecte.

A partir d'aquí, **tota la resta de tasques, actuacions, execució tècnica, coordinació operativa, producció de materials, assessoraments i justificació tècnica final** correspondran íntegrament a l'**empresa adjudicatària**, que haurà d'assumir la planificació, execució i lliurament de tots els productes previstos en aquest plec.

Les actuacions que conformen l'objecte del contracte són les següents:

3.1. Assessoraments personalitzats a un mínim de 10 comerços

L'empresa adjudicatària durà a terme assessoraments individualitzats a un mínim de deu establiments comercials, amb dues línies d'especialització:

Tipologia A – Digitalització pràctica

Orientada a millorar la presència i visibilitat digital del comerç: Google Maps, xarxes socials, catàlegs digitals, eines de comunicació i fidelització.

Tipologia B – Millora del punt de venda

Intervencions tècniques sobre aparadorisme, disposició interior, presentació de producte, il·luminació, imatge i experiència de client.

Productes a lliurar

- 10 fitxes d'assessorament completes amb diagnosi, propostes i pla d'acció.
- Annex gràfic amb exemples i documentació del procés.
- Informe resum final amb resultats i impacte.

3.2. Acció “Transforma’t en 48 hores” (3 establiments)

L'empresa adjudicatària serà la responsable de dissenyar, coordinar i executar la transformació exprés d'un aparador o espai de venda de **tres establiments comercials**.

Metodologia

- Planificació prèvia de la intervenció: materials, tasques, timing i recursos.
- Coordinació operativa amb l'equip col·laborador.
- Supervisió i direcció tècnica de la intervenció.
- Documentació fotogràfica i tècnica del procés i resultat.

Productes a lliurar

- 3 informes de transformació (diagnosi, proposta i implementació).
- Dossier fotogràfic per a ús comunicatiu.
- Valoració tècnica final.

3.3. Retail Tour per a comerciants (mínim 8 participants)

L'empresa adjudicatària organitzarà i conduirà un **Retail Tour** destinat a comerciants dels barris, amb l'objectiu de mostrar experiències inspiradores d'innovació comercial.

Metodologia

- Disseny complet de la ruta i dels objectius pedagògics.
- Coordinació amb municipis o entitats de destinació.
- Elaboració de fitxes d'observació per a participants.
- Acompanyament i dinamització de la visita tècnica.

Productes a lliurar

- Programa detallat del Retail Tour.
- Documentació d'inscripció i llista de participants.
- Dossier tècnic amb bones pràctiques i idees aplicables.
- Informe final de valoració.

3.4. Campanya de comunicació i dinamització comercial

L'empresa adjudicatària dissenyarà i executarà una campanya de comunicació i dinamització orientada a reforçar la imatge del comerç de barri i fomentar el vincle amb la ciutadania.

Metodologia

- Sessions de co-disseny amb l'Associació de Comerciants.
- Definició de missatges, formats, canals i cronograma.
- Creació de materials visuals, digitals i/o físics.
- Suport en la implementació de les accions comunicatives.

Productes a lliurar

- Actes resum de les reunions de treball.
- Cronograma complet de la campanya.
- Conjunt de materials creats amb la imatge final validada.

3.5. Informe final de resultats del projecte

L'empresa adjudicatària lliurarà un informe tècnic complet sobre l'execució del projecte, que inclourà:

Contingut mínim

- Resultats de la diagnosi digital.
- Dades detallades dels assessoraments realitzats.
- Resultats de les transformacions d'aparadors.
- Conclusions del Retail Tour.
- Impacte de la campanya de comunicació.
- Recomanacions per a futures actuacions.
- Documentació per a la justificació del programa Treball als Barris.

4. DISPONIBILITAT

L'empresa adjudicatària haurà de garantir:

- Disponibilitat operativa durant tota la vigència del contracte, des de l'1 de gener fins al 31 d'octubre de 2026, incloent la coordinació, execució de les actuacions, reunions de seguiment i lliurament de tots els productes tècnics.
- Capacitat de resposta en un termini màxim de 48 hores a qualsevol sol·licitud, incidència o requeriment tècnic formulat per la Direcció Tècnica Municipal.
- Flexibilitat horària per atendre assessoraments i visites tècniques en franges compatibles amb els horaris comercials.
- Disponibilitat presencial en totes les actuacions que ho requereixin (assessoraments, transformacions, Retail Tour, sessions de treball amb

l'Associació de Comerciants i activitats derivades de la campanya de comunicació).

5. PÚBLIC DESTINATARI:

Els serveis objecte del contracte van adreçats principalment a:

- Els comerços i establiments ubicats als barris de Santa Perpètua de Mogoda inclosos en el projecte.
- Les associacions comercials que operen en aquests barris.
- La ciutadania, com a part activa en les accions de dinamització i promoció del comerç local.

L'oferta que presenti l'empresa licitadora haurà d'abastar la **totalitat de les activitats i funcions especificades** en aquest plec i en el plec de clàusules administratives, ja que totes són obligatòries per a l'admissió de les propostes.

6. TEMPORALITAT DE LES ENTREGUES

En la següent graella s'especifiquen les dates aproximades en les que s'espera l'entrega dels materials següents:

Fase	Activitat	Període d'execució
Fase 1	Diagnosi de maduresa digital i assessoraments personalitzats	Febrer 2026 – Maig 2026
Fase 2	Acció "Transforma't en 48 hores"	Març - Abril 2026
Fase 3	Retail Tour i campanya amb l'associació de comerciants	Juny – Setembre 2026
Fase 4	Tancament i informe final	Octubre 2026

7. DESGLOSSAMENT DEL PRESSUPOST:

El pressupost base de licitació es determina a partir dels costos directes i indirectes imputables a cadascuna de les línies d'actuació previstes.

L'import base de licitació és de VUIT MIL QUATRE-CENTS SETANTA-U UN EUROS AMB SET CÈNTIMS (8.471,07 €), IVA exclòs.

L'IVA corresponent (21%) ascendeix a MIL SET-CENTS SETANTA-VUIT EUROS AMB NORANTA-TRES CÈNTIMS (1.778,93 €).

Per tant, l'import total del contracte, IVA inclòs, és de DEU MIL DOS-CENTS CINQUANTA EUROS (10.250,00 €).

8. REQUERIMENTS TÈCNICS GENERALS OBLIGATORIS DE LA PRESTACIÓ I/O EL RENDIMENT O EXIGÈNCIES FUNCIONALS DE LA PRESENTACIÓ

L'empresa contractista haurà de disposar dels mitjans personals, tècnics i materials suficients per desenvolupar de manera adequada les activitats previstes en aquest contracte, garantint la qualitat, la continuïtat i la correcta execució del servei.

La prestació regulada en aquest plec haurà d'ajustar-se, com a mínim, als requisits següents, sens perjudici dels aspectes que seran objecte de valoració mitjançant els criteris d'adjudicació:

- a) Disponibilitat d'un equip professional amb perfil tècnic adequat, que acrediti experiència en alguna o diverses de les següents àrees: dinamització comercial, gestió de comerç de proximitat, assessorament en punt de venda, estratègies de comunicació i digitalització aplicada al comerç.
- b) Assignació d'una persona responsable del projecte, que actuarà com a interlocutor únic amb la Unitat de Comerç de l'Ajuntament i garantirà la coordinació tècnica i operativa de totes les actuacions.
- c) Capacitat per realitzar assessoraments personalitzats in situ, al propi establiment comercial, adaptats a les necessitats i característiques de cada negoci.
- d) Disponibilitat de metodologia de treball contrastada, per a:
 - Diagnosi comercial i detecció de necessitats.
 - Seguiment de processos de millora.
 - Avaluació de resultats.
- e) Capacitat per dissenyar, produir i adaptar materials de comunicació, tant en format digital com en format gràfic, seguint la imatge corporativa i les directrius municipals.
- f) Compromís d'assistència i participació en les reunions de coordinació convocades per l'Ajuntament, així com en la presentació i lliurament dels informes de seguiment i de l'informe final del projecte.
- g) Compliment estricte dels terminis d'execució, atenent a la calendarització establerta en el marc del programa Treball als Barris i a les necessitats de la Unitat de Comerç.
- h) Compliment de la normativa vigent en matèria de protecció de dades, propietat intel·lectual i confidencialitat, especialment pel que fa a la informació econòmica i organitzativa dels comerços participants.

9. SUPERVISIÓ DELS TREBALLS

Els treballs seran supervisats pels tècnics/es de la Unitat d'Empresa i Comerç de l'Ajuntament de Santa Perpètua designats com a responsables del projecte, per la cap de la Unitat d'Empresa i Comerç i del Servei de Desenvolupament Local, Ocupació i Comerç.