



PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA PUESTA EN MARCHA DE UN SISTEMA AVANZADO DE INSERCIÓN PROFESIONAL PARA LA PROVINCIA DE CÁCERES. 100 KAIROSCC.

1. ANTECEDENTES
2. OBJETO DEL CONTRATO
3. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO
4. OBLIGACIONES DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO
5. PRODUCTOS A ENTREGAR UNA VEZ FINALIZADO EL SERVICIO
6. MEDIOS PERSONALES Y MATERIALES PARA EL DESARROLLO DEL CONTRATO
7. CONFIDENCIALIDAD
8. SUBCONTRATACIÓN
9. OBLIGACIONES DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD
10. PLAZO DE EJECUCIÓN



1. ANTECEDENTES

Las actuaciones referidas en este pliego se integran en el Proyecto 100 KairosCC, SISTEMA AVANZADO DE INSERCIÓN PROFESIONAL, promovido por la Diputación Provincial de Cáceres al amparo de la Orden TED/1358/2021, de 1 de diciembre, del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, se aprobaron las bases reguladoras para la concesión de subvenciones destinadas a financiar proyectos innovadores para la transformación territorial y la lucha contra la despoblación; proyectos que, desde una dimensión económica, social, medioambiental y de género, propiciasen la reactivación social y económica de zonas con problemas de despoblación y revalorizasen el espacio rural.

Para el ejercicio 2024, se publicó la Orden de 27 de junio por la que se convocaban las subvenciones para la financiación de proyectos innovadores, promovidos por las entidades locales, para la transformación territorial y la lucha contra la despoblación. Dicha orden establecía las características generales de los proyectos subvencionables que, en el ejercicio de sus atribuciones, promoviesen las entidades locales responsables de la prestación de servicios públicos, orientados a innovar, ampliar y revalorizar los servicios prestados, con el fin último de garantizar y mejorar las condiciones y calidad de vida de los habitantes de estas zonas, en términos de equidad y justicia.

Conforme a lo previsto en la citada orden, el crédito inicial disponible para la financiación de estos proyectos ascendía a 19.472.759,56 €. No obstante, mediante resolución posterior de 18 de octubre de 2024, se amplió dicha cuantía inicial en 390.942,10 €, de modo que el crédito definitivo total de la convocatoria asciende a 19.863.701,66 €.

Con fecha 09 de agosto de 2024, al amparo de dicha convocatoria, la Diputación Provincial de Cáceres presenta la solicitud para la puesta en marcha de un proyecto de Inserción Profesional Avanzada para la Provincia de Cáceres denominado 100 KairosCC.

Con fecha 11 de abril de 2025, el Ministerio para la Transición Ecológica y el Resto Demográfico, concede a la Diputación de Cáceres la ayuda para la puesta en marcha del Proyecto 100KairosCC por un importe de 495.000€ como indica el Anexo I de la Resolución de Concesión.

El proyecto tienen una financiación total de 552.000€, de los cuales 495.000€ son aportados por el Ministerios de Transición Ecológica y Resto Demográfico y la Diputación Provincial de Cáceres aporta una cofinanciación de 57.000€, que supone un 89,67391% por parte del Ministerio y un 10.32609% por la Diputación de Cáceres.



El periodo de ejecución del proyecto será hasta el 31 de diciembre de 2026 y el plazo para la justificación de los gastos deberá realizarse, como máximo, en los tres meses siguientes a la finalización del periodo de ejecución del proyecto.

La subcontratación de las actividades deberá ser conforme a los requisitos y limitaciones descritos en el apartado 13 de la convocatoria. En concreto, cabe resaltar que el importe de las cantidades a subcontratar por el beneficiario:

- No podrá superar el 80% de la ayuda concedida.
- Cuando exceda del 20 % de la ayuda concedida y dicho importe sea superior a 60.000 € (IVA incluido), el beneficiario deberá solicitar autorización a la Dirección General de Políticas contra la Despoblación, de forma previa a la formalización del contrato o convenio por el que se subcontraten las actividades.

El proyecto tiene como objetivo fomentar la inserción laboral y la generación de oportunidades profesionales sostenibles en el territorio mediante la formación especializada de personas desempleadas, el apoyo al emprendimiento y el refuerzo de las pequeñas y medianas empresas en entornos rurales, facilitando su transformación digital y su acceso a nuevos mercados. Utilizando como eje de intervención las Aceleradoras de Mejora de la Empleabilidad.

La provincia de Cáceres enfrenta una preocupante tendencia demográfica caracterizada por la pérdida de población y el envejecimiento de sus habitantes. En los últimos cinco años, la población ha disminuido de 400.036 residentes en 2017 a 387.805 en 2022, según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE). Esta reducción demográfica afecta especialmente a las zonas rurales, donde la densidad de población es significativamente baja. De los 223 municipios que conforman la provincia, 117 se encuentran por debajo del umbral de 12,5 habitantes por kilómetro cuadrado, considerado por la Unión Europea como indicador de riesgo de despoblación. Además, 83 de estos municipios presentan una densidad inferior a 8 habitantes por kilómetro cuadrado, situándose en un estado de "riesgo severo" de despoblación.

Esta disminución poblacional conlleva una preocupante fuga de talento, ya que la falta de oportunidades laborales y profesionales obliga a los jóvenes a migrar hacia áreas urbanas en busca de mejores perspectivas. La ausencia de relevo generacional es evidente; mientras la población mayor de 65 años aumenta, alcanzando el 21,7% en 2015, se proyecta que para 2029 este grupo representará el 28,5% de la población total. Paralelamente, la población menor de 16 años disminuye, pasando de aproximadamente 56.000 en 2015 a una proyección de 40.000 en 2029. Esta dinámica demográfica genera un círculo vicioso que afecta negativamente al desarrollo económico y social de la región.



Los emprendedores y las pequeñas y medianas empresas (pymes) en las zonas rurales de Cáceres, enfrentan desafíos significativos para expandir sus mercados más allá de las fronteras locales. La limitada infraestructura, la escasez de servicios y la falta de apoyo institucional dificultan la comercialización de sus productos y servicios en mercados más amplios. Esta situación se ve agravada por la dificultad para encontrar profesionales cualificados que puedan aportar las competencias necesarias para impulsar sus negocios. La falta de personal capacitado no solo limita la operatividad diaria de estas empresas, sino que también restringe su capacidad para innovar y adaptarse a las demandas cambiantes del mercado.

Así, la provincia de Cáceres enfrenta desafíos demográficos y económicos significativos que requieren intervenciones integrales. Es esencial implementar políticas y programas que fomenten la creación de oportunidades profesionales, mejoren las infraestructuras y servicios, y apoyen a los emprendedores locales para revertir la tendencia de despoblación y revitalizar el medio rural.

2. OBJETO DEL CONTRATO

El presente pliego tiene por objeto, establecer los requisitos técnicos y condiciones para la contratación de los servicios necesarios para la implementación del “Sistema Avanzado de Inserción Profesional “100KairosCC” cuyo propósito es abordar la problemática de la despoblación y la mejora de la empleabilidad de personas desempleadas, mediante Aceleradoras de la Empleabilidad, a través del desarrollo de capacitaciones profesionales en competencias digitales ,transversales y formativas.

Este proyecto tiene como finalidad, fomentar la inserción laboral y la generación de oportunidades profesionales sostenibles en el territorio, mediante la formación especializada de personas desempleadas, el apoyo al emprendimiento y el refuerzo de las pequeñas y medianas empresas en entornos rurales, facilitando su transformación digital y su acceso a nuevos mercados.

Por ello, se busca la puesta en marcha de itinerarios formativos avanzados en competencias técnicas y transversales, el acompañamiento a participantes en su desarrollo profesional, la articulación con emprendedores y pymes para la resolución de retos digitales y comerciales, y la medición del impacto generado en el territorio.

El ámbito de actuación del proyecto es la Provincia de Cáceres, pudiendo participar cualquier persona que cumpla los requisitos establecidos en el proyecto. Los procesos de intervenciones presenciales se harán en las siguientes localidades: Ahigal, Malpartida de Plasencia, Salorino, Valencia de Alcántara y Casar de Cáceres, teniendo como objetivos específicos:



- ➔ Crear redes de cooperación entre agentes del territorio especializados en la capacitación para el empleo que faciliten y agilicen la identificación de las necesidades de cualificación derivadas de actividades productivas.
- ➔ Promover el emprendimiento en el marco de la economía del conocimiento a través de la implementación de itinerarios de capacitación de alto contenido tecnológico que posibiliten la retención y/o la atracción del talento.
- ➔ Impulsar la mejora de la ocupabilidad de la población rural y avanzar en el objetivo de reducir el sesgo masculino del mercado laboral a través de la implantación de un sistema avanzado de formación que posibilite dar respuesta a la demanda de recursos humanos procedentes del tejido productivo del territorio.
- ➔ Impulsar la capacidad de los entornos rurales en riesgo demográfico para promover iniciativas eficientes basadas en la innovación y el desarrollo tecnológico con capacidad de transformar los contextos sociales, laborales y productivos a partir de las potencialidades del territorio.

Además, las intervenciones deben presentar un alto potencial para impulsar nuevas iniciativas emprendedoras en el territorio, especialmente en el ámbito de la economía del conocimiento. Esto conllevará un aumento en la capacidad del medio rural para retener el talento, ya que:

- ➔ Debe intervenir en diversos ámbitos que suelen abordarse de manera aislada: educación , empleo, emprendimiento, empresas, igualdad de oportunidades y reto demográfico.
 - ➔ Combinar e integrar las soluciones más efectivas para mejorar las capacidades individuales y organizacionales.
 - ➔ Proporcionar capacitaciones especializadas para el talento demandado por el tejido productivo, facilitando la inserción laboral en empleos de alto valor añadido.
 - ➔ Aplicar tecnología social de vanguardia para el diagnóstico y entretenimiento de competencias transversales.
 - ➔ Acompañar a las personas en el despliegue de sus aprendizajes y monitorizar la evolución de diversos indicadores de impacto social.

3. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

El adjudicatario deberá desarrollar y ejecutar diferentes servicios que se estructuran en dos bloques:

- **BLOQUE A:** Diseño, despliegue y ejecución de actividades en el marco territorial
- **BLOQUE B:** Comunicación y difusión de todas las actividades de acuerdo a los términos del proyectos y de este pliego

A continuación, se describen las diferentes actividades que se desarrollarán en cada bloque.



BLOQUE A: Diseño, despliegue y ejecución de actividades en el marco territorial

Será responsabilidad de la entidad adjudicataria el diseño, despliegue y ejecución de las diferentes actividades en la provincia de Cáceres.

El adjudicatario deberá desarrollar y ejecutar los siguientes servicios:

Diseño, desarrollo e implementación de un Modelo Integral de Intervención que permita dar respuesta a las necesidades educativas, laborales y empresariales de las personas y organizaciones, como pilar para la retención del talento en entornos en riesgo de despoblación, la revitalización del tejido productivo y la dinamización del mercado laboral.

En el marco de este bloque, la empresa licitadora debe cumplir los siguientes **objetivos**:

- **Objetivo 1: Fomentar la retención del talento en entornos rurales** mediante la identificación y capacitación de al menos 100 personas en situación de desempleo, prioritariamente mujeres y jóvenes, proporcionando formación técnica y transversal que les permita desarrollar competencias clave para su inserción laboral y emprendimiento.
- **Objetivo 2: Impulsar la transformación digital del tejido productivo local**, identificando y captando al menos 50 empresas y emprendedores con necesidades de comercialización y digitalización, facilitando su adaptación al comercio electrónico y a las nuevas tecnologías para ampliar sus mercados más allá de sus fronteras.
- **Objetivo 3: Desarrollar e implementar itinerarios formativos especializados** en comercio digital, marketing digital y gestión de plataformas de venta en línea (270 horas) y en competencias transversales como inteligencia emocional, trabajo en equipo y liderazgo (70 horas), combinando teleformación y sesiones presenciales para garantizar la aplicabilidad de los aprendizajes.
- **Objetivo 4: Acelerar la empleabilidad de los participantes** a través de la aplicación de retos empresariales reales, mentorización especializada y procesos de acompañamiento personalizado, asegurando la conexión entre los perfiles capacitados y el mercado laboral local, ya sea mediante contratación por pymes o iniciativas de autoempleo.
- **Objetivo 5: Medir y justificar el impacto social del programa**, implementando herramientas de diagnóstico y evaluación de competencias, monitorizando indicadores clave de empleabilidad y satisfacción de los participantes, y generando un Espacio de Datos que permita la toma de decisiones informadas sobre políticas activas de empleo en la provincia de Cáceres.

Para la cumplimentación de estos objetivos, se deberán realizar las siguientes actividades:

- **Actividad A.1:** Identificar y captar a los públicos objetivos del programa, asegurando la representatividad del perfil definido.



La empresa licitadora deberá identificar los perfiles, captarlos para participar en el programa, analizar la viabilidad de su participación y asegurar su compromiso durante todo el proceso, a través de las siguientes acciones:

Acción 1: Identificar y captar al menos a 100 personas residentes en la provincia de Cáceres.

Acción 2: Asegurar la participación de personas en situación de desempleo, con especial atención a mujeres y jóvenes con niveles medios y altos de cualificación.

Acción 3: Analizar la viabilidad de su participación en el programa.

Acción 4: Garantizar su compromiso y permanencia en el proceso formativo.

- **Actividad A.2: Identificar y captar empresas y emprendedores que mejoren sus posibilidades de comercialización más allá de sus fronteras.**

La empresa licitadora deberá identificar y captar empresas participantes a través de alianzas formales de participación, a través de las siguientes acciones:

Acción 1: Captar y formalizar la participación de al menos 50 empresas de diferentes sectores con necesidades de comercialización digital.

Acción 2: Realizar un diagnóstico de las necesidades empresariales de las entidades captadas para conocer su punto de partida y qué potenciales retos deben afrontar.

Acción 3: Elaborar un plan de acción para cada empresa participante que recoja, en base al diagnóstico, las áreas de desarrollo en las que debe trabajar para progresar en el marco de la comercialización de sus productos o servicios.

Acción 4: Definir y estructurar retos de digitalización y comercialización aplicados al tejido empresarial y a las necesidades detectadas.

- **ACTIVIDAD A.3: Diseñar e implementar itinerarios de capacitación técnica en ecommerce.**

La empresa licitadora deberá diseñar e impartir los contenidos de un itinerario formativo en la **temática técnica** que se describe a continuación.

Acción 1: Diseñar e impartir un itinerario formativo de **256 horas** en comercio digital, marketing digital y gestión de plataformas de venta en línea. Se puede acceder al **Programa de contenidos de la Formación Técnica** en el **Anexo I**.

Dicha acción formativa se realizará en modalidad presencial o de teleformación (4 días por semana, 4 horas al día)

- **ACTIVIDAD A.4: Diseñar e implementar itinerarios de capacitación en habilidades transversales.**

La empresa licitadora deberá diseñar e impartir los contenidos de un itinerario formativo en la **temática transversal** que se describe a continuación.



Acción 1: Diseñar e impartir un itinerario formativo transversal de **64 horas** en competencias transversales como inteligencia emocional, trabajo en equipo, liderazgo y metodologías ágiles. Se puede acceder al **Programa de contenidos de la Formación Transversal** en el **Anexo II**.

Dicha acción formativa se realizará en modalidad presencial (1 día por semana, 4 horas al día)

● **ACTIVIDAD A.5: Evaluar y entrenar competencias transversales a través de la utilización de Tecnología Social.**

La empresa licitadora para la evaluación y entrenamiento de competencias transversales, deberá aplicar tecnología social avanzada como inteligencia artificial, realidad virtual, design thinking colaborativo y big data a la hora de desplegar el entrenamiento de habilidades transversales. Se puede acceder al Programa de contenidos de la Formación Técnica en el Anexo II.

Acción 1: Realizar diagnósticos vocacionales y seguimiento del desarrollo profesional de los participantes mediante tecnología especializada que permita la generación automática de informes y la monitorización individual y grupal.

Acción 2: Implementar tecnología avanzada de realidad virtual para el entrenamiento de habilidades individuales y colaborativas, como el liderazgo, comunicación o resolución de conflictos.

Acción 3: Implementar tecnología avanzada de trabajo colaborativo para trabajar competencias de trabajo en equipo y asignación de roles sobre la base de metodologías de design thinking.

● **ACTIVIDAD A.6: Diseñar y desarrollar procesos de aceleración de la empleabilidad mediante retos reales y mentorización especializada.**

La empresa licitadora debe establecer un proceso formativo con retos reales acordados con empresas y emprendedores participantes en el programa, a través de un proceso de mentorización que permita mejorar y acelerar su empleabilidad de manera significativa.

Acción 1: Identificar y establecer “equipos de trabajo”, entre los participantes, para conectarlos con los retos disponibles por parte de las empresas que apoyan el programa. Asimismo, asignar mentores de acompañamiento pertenecientes al equipo de la empresa licitadora.

Acción 2: Formalizar acuerdos de colaboración entre los participantes y las empresas del entorno para la resolución de retos empresariales reales.

Acción 3: Desplegar un proceso de mentorización de **80 horas de duración** consistente en acompañamientos grupales e individuales para la elaboración y resolución de retos empresariales reales.

● **ACTIVIDAD A.7: Diseñar e Implementar procesos de acompañamiento personalizado, tanto a nivel grupal como individual, para la mejora de la**



empleabilidad y la colocación en posiciones profesionales a través de la utilización de Tecnología Social.

La empresa licitadora debe establecer un proceso de acompañamiento, grupal e individual, orientado a mejorar las posibilidades de colocación en empresas a la finalización del programa a través del impulso de su empleabilidad. Para ello, se volverá a apoyar en herramientas tecnológicas que potencien el resultado.

Acción 1: Realizar tutorías grupales e individuales periódicas con cada participante para personalizar su proceso de aprendizaje y facilitar su inserción laboral.

Acción 2: Organizar sesiones grupales para la resolución colaborativa de retos profesionales y fortalecimiento del networking.

Acción 3: Acompañar en la transición al mercado laboral mediante orientación en la búsqueda activa de empleo y emprendimiento con programas de, al menos, **14 horas por participante.**

Acción 4: Implementar tecnología avanzada de geolocalización para conectar oportunidades laborales en el entorno.

Acción 5: Facilitar la conexión de los participantes capacitados con oportunidades laborales en el tejido empresarial de la provincia

BLOQUE B: COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN DE TODAS LAS ACTIVIDADES DE ACUERDO A LOS TÉRMINOS DEL PROYECTO Y DE ESTE PLIEGO.

Para potenciar el carácter colaborativo y participativo del proyecto e impulsar un impacto territorial, económico y social de alto valor, la empresa licitadora debe **proponer el diseño y despliegue de una estrategia** de información, comunicación y difusión, la cual permita cumplir los siguientes objetivos:

- Informar a la ciudadanía y a los colectivos de especial interés sobre el proyecto y sus avances mediante una planificación de las acciones y actividades segmentada por público objetivo.
- Establecer los principales canales de comunicación que garanticen dar visibilidad a las actuaciones y al proyecto **“100KairósCC”** en su conjunto a nivel regional, autonómico y nacional.
- Promover actuaciones de difusión para el conjunto de la ciudadanía y actividades específicas a los distintos grupos de interés.

Para garantizar el alcance de los objetivos marcados por la estrategia, la empresa licitadora deberá definir un **Plan de Comunicación interno y externo**, el cual se adapte a los distintos agentes y establezca las acciones informativas y de difusión necesarias para llegar a toda la población. En este sentido, dicho Plan debe garantizar los siguientes objetivos:



- **Informar al usuario.** Dar a conocer el impulso del proyecto “100KairósCC”, manifestando a todos los agentes internos y externos el alcance de este, el propósito y los retos asociados.
- **Motivar .** Transmitir a los agentes asociados la implicación que tendrán en el proyecto y los beneficios que les aportará.
- **Capturar información.** Establecer canales de comunicación formales e informales para los agentes involucrados en el proyecto; identificar dificultades mediante el intercambio de información y opiniones y detectar oportunidades de mejora.
- **Conectar a los Agentes.** Establecer eventos de difusión, conexión e interacción entre los diferentes agentes implicados en el desarrollo de actividades que dan marco a este proyecto. Agentes relacionados con el empleo y la empleabilidad, con el desarrollo territorial y rural, con la tecnología y la innovación, entre otros.

Para la cumplimentación de estos objetivos, se deberán realiza las siguientes actividades:

- **ACTIVIDAD B.1: Definir y Planificar.** La empresa adjudicataria desarrollará actividades de contextualización y **diseño del Plan de Comunicación**, y detallará, calendarizará y determinará el público objetivo, los materiales y herramientas que se realizarán para que el desarrollo de las acciones sea eficiente. En este sentido, se desarrollarán las siguientes acciones:

Acción 1: Definir un mapa de agentes. La segmentación del mercado es clave para delimitar el público objetivo y determinar los mensajes y canales más eficaces para que la estrategia sea efectiva. Así pues, se identificarán los agentes internos y externos asociados al proyecto y se estudiará la manera más ágil de llegar a ellos.

Acción 2: Identificar los canales de comunicación disponibles. Estudio de los canales *offline* (eventos, conferencias, formaciones, etc.) y *online* (página web, redes sociales, formaciones y ponencias en línea...) más adecuados según al público que se quiera llegar.

Acción 3: Diseñar una matriz de comunicación, información y difusión. La matriz recogerá resumidamente los objetivos que se pretenden alcanzar con cada acción comunicativa, qué mensaje se quiere transmitir, y mediante qué canales se distribuirá la información.

Acción 4: Desarrollar fichas comunicativas. Para cada acción concreta, se deberá determinar una ficha comunicativa. Esta incluirá un resumen más acotado de cada una de las actividades: mensaje, público objetivo y canal de comunicación, así como los responsables de realizar la tarea, la fecha de entrega y el presupuesto estimado.

Acción 5: Definir las herramientas colaborativas. Determinación de las herramientas y mecanismos de gestión internos, los cuales facilitaran la compartición de conocimiento. Este espacio permitirá también compartir necesidades, dudas y buenas prácticas.



Acción 6: Planificar. Para garantizar la correcta ejecución de las acciones, estas se deberán calendarizar y planificar con antelación, garantizando así el cumplimiento de plazos de entrega previstos.

- **ACTIVIDAD B.2: Diseñar y preparar.** La empresa licitadora desarrollará las acciones previstas y planificadas en la actividad anterior y se preparará para su ejecución. Las acciones a desarrollar son:

Acción 1: Preparar las acciones y desarrollar una guía de estilo. Diseño de las acciones concretadas mediante sesiones de trabajo, elaboración de los documentos pertinentes, realización de sesiones de seguimiento para ver el estado y alcance de todas las acciones, determinación de KPIs para el *reporting* de las actividades, etc. Asimismo, para llamar la atención del usuario y transmitir el mensaje que se quiere dar con efectividad, se ha de **definir una guía de estilo**. Este documento debe marcar las directrices y características, en relación con el formato (*look and feel*), de las acciones y debe basarse en aspectos relacionados con la creatividad. La guía determinará el tamaño y formato de la tipografía, la gama de colores a utilizar, interlineados, diseño de páginas, encabezados, logos de obligatoria aparición, etc.

Acción 2: Coordinar con la Diputación de Cáceres. Para aumentar la visibilidad a nivel territorial, se planificarán sesiones con la Diputación de Cáceres para que ésta incluya las acciones que se realicen en los canales que estime oportuno.

- **ACTIVIDAD B.3: Ejecutar y controlar.** La empresa adjudicataria ejecutará las acciones elaboradas y controlará que estas se desarrollen como estaban previstas y en los plazos determinados. Para realizar esta revisión, se realizarán las siguientes acciones de comprobación:

Acción 1: Determinar una herramienta de seguimiento y reporting. Con el fin de garantizar el correcto cumplimiento de las acciones y el impacto, se ha de proponer la definición de una herramienta de seguimiento interna.

Acción 2: Evaluar resultados. Las acciones desarrolladas deben ser evaluadas para medir si se han conseguido los objetivos marcados inicialmente o si, contrariamente, se debe mejorar o cambiar alguna de las acciones llevadas a cabo para conseguir su cumplimiento. Esta evaluación se llevará a cabo mediante los KPIs definidos en la fase anterior.

Acción 3: Mantener y actualizar las plataformas online. Para que el usuario conciba estas herramientas como medios de referencia de información y comunicación, es imprescindible que se mantengan actualizadas y evolucionen a medida que se desarrolla el proyecto.

Acción 4: Mantener y actualizar las plataformas colaborativas. Se debe garantizar una transferencia del conocimiento eficiente, por este motivo se deben mantener actualizadas las carpetas compartidas y la documentación que se encuentra en ellas.



Una vez definida la estrategia que se seguirá para la elaboración de un Plan de Comunicación efectivo, se describen, a continuación, las principales acciones que la empresa adjudicataria debe desarrollar. Estas se dividen en **comunicación externa e interna**, a través de **canales offline u online**.

- **ACTIVIDAD B.4: Impulsar, de manera efectiva, acciones de Comunicación Externa.** La empresa adjudicataria desarrollará acciones orientadas a la comunicación externa a través de diferentes canales. En este sentido, se desarrollarán las siguientes acciones:

- **Canales Offline:**

- Acción 1: Evento público de presentación del proyecto.

- Acción 2: Evento público de cierre y difusión del proyecto.

- **Canales Online:**

Acción 2: Integrar los servicios necesarios para el desarrollo del proyecto 100KairosCC con el objetivo de fomentar de la inserción laboral y la generación de oportunidades profesionales sostenibles en el territorio **a través del portal de empleo de la Diputación de Cáceres (<https://agenciaempleo.dip-caceres.es/>)**.

Estos servicios van orientados al desarrollo de capacitaciones profesionales en competencias digitales, transversales y formativas. Contemplan actuaciones relacionadas con la intermediación laboral, búsqueda activa de empleo, acciones de orientación profesional con itinerarios formativos avanzados en competencias técnicas y transversales y apoyo al emprendimiento, formación especializada, acceso a información profesional, el acompañamiento a participantes en su desarrollo profesional, la articulación con emprendedores y pymes para la resolución de retos digitales y comerciales. Todas estos servicios se desarrollarán en el marco de la Agencia de Empleo, como instrumento centralizador y dinamizador mediante la incorporación de metodologías innovadoras para mejorar la empleabilidad de las personas interesadas.

Acción 2: Dinamizar las Redes Sociales. Actualmente, las redes sociales son los canales más adecuados para llegar a cualquier perfil poblacional para promocionar y dar a conocer productos, servicios, eventos... Por ello, se debe aprovechar este canal y potenciarlo al máximo.

Se deben fomentar los perfiles existentes de la propia Diputación de Cáceres, que servirá para difundir datos de interés, jornadas y formaciones, avances, etc., y ayudarán a promocionar la actividad del proyecto y fidelizar a los usuarios interesados.

Acción 3: Elaborar un Dossier / Flyer. Desarrollo de un documento informativo, en red y en papel, para distribuir a las personas interesadas. Este anunciará sintéticamente



el papel del proyecto, los objetivos de este y datos de contacto. Además, este se deberá actualizar según las acciones que se vayan realizando.

Acción 4: Establecer Comunicaciones a través del Correo electrónico. Este canal servirá para comunicar digitalmente con los agentes potenciales interesados en algún tema en concreto. La herramienta se usará para enviar masivamente correos electrónicos para promocionar, informar y difundir los eventos programados y que los interesados sean conocedores de estos, se inscriban (si es necesario) y, una vez finalizado el acto, recoger su feedback mediante test y evaluaciones.

• **ACTIVIDAD B.5: Impulsar, de manera efectiva, acciones de Comunicación Interna.** La empresa adjudicataria, con el fin de garantizar que la operativa general del proyecto se desarrolla satisfactoriamente y que la información con Diputación de Cáceres fluye de manera adecuada, ha de definir un **Plan de Comunicación interno**, el cual marque las directrices de coordinación y comunicación entre todos los agentes involucrados en la gobernanza del proyecto. En este sentido, se desarrollarán las siguientes acciones:

Acción 1: Elaborar el contenido de un **Plan de Comunicación interno**, el cual marcará las normas a seguir cuando se haga una comunicación. Así mismo, se establecerán los protocolos de comunicación y aspectos de confidencialidad entre las personas involucradas en el proyecto entre Diputación de Cáceres y la empresa adjudicataria.

Acción 2 : Definir la **plataforma de trabajo colaborativo o Sistema de Almacenaje y Manejo de Documentación y Archivo** mediante la cual se compartirá la información y servirá como un repositorio documental y de conocimiento, que se hará a través de la plataforma de la agencia de empleo de la Diputación de Cáceres.

4. OBLIGACIONES DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO

El empresa adjudicataria deberá:

- Diseñar, desarrollar y ejecutar el itinerario formativo con una duración aproximada de 256 horas técnicas y 64 horas transversales.
- Aplicar herramientas de diagnóstico y formación en competencias transversales basadas en inteligencia artificial, realidad virtual y big data.
- Garantizar la participación de al menos 100 personas desempleadas en el programa, asegurando una tasa mínima de finalización del 85%.
- Identificar y aportar al programa, al menos, 50 empresas / emprendedores que participen en los itinerarios formativos aportando retos reales para que los participantes puedan practicar, en entornos reales, los conocimientos aprendidos. Dichas empresas / emprendedores deberán contar con un diagnóstico previo de madurez comercial en entornos digitales, y una propuesta de plan de acción sobre el que diseñar los retos para el alumnado.



- Presentar un modelo pedagógico y metodológico que permita implementar metodologías de formación innovadoras, combinando teleformación, sesiones presenciales, aceleración de la empleabilidad a través de retos reales y acompañamiento personalizado para mejorar la empleabilidad.
- Coordinarse con las entidades locales y el tejido empresarial de la provincia de Cáceres.
- Elaborar informes periódicos de seguimiento y justificación del impacto.

5. PRODUCTOS A ENTREGAR UNA VEZ FINALIZADO EL SERVICIO

A la finalización del servicio, la empresa presentará una justificación y seguimiento del impacto social de las actividades desarrolladas a través de la utilización de Tecnología Social.

La empresa, al margen del seguimiento propio del proyecto, hará un seguimiento específico del despliegue de las actividades desde el plano del impacto social, utilizando tecnologías sociales que permitan monitorizar de manera efectiva los resultados, con diferentes actuaciones:

- Elaborar informes de progreso detallados sobre el desarrollo del programa.
- Medir el grado de empleabilidad alcanzado y la satisfacción de los participantes.
- Analizar la evolución de las pymes y emprendedores en términos de comercialización digital.
- Monitorizar indicadores de impacto en la formación y empleabilidad mediante Observatorios con Dashboards integrados.
- Alimentar un Espacio de Datos con la información generada en el proyecto para la toma de decisiones sobre políticas activas de empleo.
- Presentar conclusiones y propuestas de mejora a la Diputación de Cáceres para futuras ediciones del programa

6. MEDIOS PERSONALES Y MATERIALES PARA EL DESARROLLO DEL CONTRATO

Para el diseño , desarrollo e implementación del modelo integral de intervención que permita dar respuesta a los objetivos marcados en este proyectos 100KairosCC, teniendo como pilar la retención del talento en entornos de riesgo de despoblación y dinamizando el mercado de trabajo de la Provincia de Cáceres, la entidad licitadora deberá presentar una estructura organizativa del equipo de trabajo con una relación nominal de los miembros que lo componen, así como su curriculum viate y su experiencia en el desarrollo de trabajos similares.

Cualquier modificación futura que la entidad adjudicataria considere necesario llevar a cabo en la composición del equipo que presta el servicio, habrá de ser propuesta y justificada a la Diputación de Cáceres, con carácter previo a su aplicación, garantizando el mantenimiento de las condiciones de solvencia en cuanto a la adscripción de medios personales. Dichas modificaciones deberán ser



autorizadas por la propia Diputación de Cáceres, una vez comprobado el mantenimiento de las citadas condiciones. Será responsabilidad de la empresa adjudicataria disponer del volumen de recursos necesarios para la realización del servicio con el cumplimiento del nivel de servicio acordado, sin repercusión económica para la Diputación de Cáceres.

Para la ejecución del proyecto, se entenderá la necesidad de una serie de perfiles profesionales que serán valorados en la calidad y coherencia técnica de la propuesta metodológica, donde se valorará la presencia y el peso de cada perfil profesional en cada uno de los objetivos del proyecto.

Los perfiles profesionales serán los siguientes:

► **Director – Coordinador** del proyecto que desempeñará las funciones de interlocución con la Diputación de Cáceres, así como de organización y gestión del trabajo a desarrollar a lo largo del proyecto.

Esta persona deberá contar con el siguiente perfil:

- Titulación universitaria en ramas del conocimiento de la Economía, Marketing, Publicidad, o cualquier otra de análoga naturaleza.
- Contar con, al menos, 7 años de experiencia demostrable en la gestión y dirección de equipos, y experiencia demostrable en la gestión de proyectos financiados con fondos regionales, nacionales y/o europeos en alguno de los siguientes ámbitos: innovación tecnológica, investigación y desarrollo, formación y capacitación en los ámbitos empresarial, educativo, universitario y del emprendimiento, teniendo alcance nacional o regional, e implementación específica en Extremadura.
- Contar con experiencia demostrable como emprendedor y/o fundador de empresas que avalen una visión transversal holística de la realidad del mercado actual y la interacción de numerosos agentes del mismo.
- Acreditación en metodologías probadas de gestión y coordinación de equipos de trabajo.
- Acreditación como Mentor/a de Emprendimiento en el apoyo a la aceleración de startups para un crecimiento sostenible.

► **Proyect Manager.** Esta persona deberá contar con el siguiente perfil:

- Titulación universitaria en ramas del conocimiento de la Psicología, Pedagogía o Educación Social, o cualquier otra de análoga naturaleza.
- Contar con, al menos, 3 años de experiencia demostrable en la gestión y coordinación de proyectos financiados con fondos regionales, nacionales y/o europeos en alguno de los siguientes ámbitos: innovación tecnológica, investigación y desarrollo, formación y capacitación en los ámbitos empresarial,



educativo, universitario y del emprendimiento, teniendo alcance nacional o regional, e implementación específica en Extremadura.

- Acreditación de la persona en disciplinas de gestión ágil de proyectos y cualquier otra acreditación vinculada a la coordinación de equipos de trabajo.

► **Marketing y Organizaciones de Eventos.** Esta persona deberá contar con el siguiente perfil:

- Titulación universitaria en ramas del conocimiento de la Economía, Marketing, Publicidad, Comunicación, Organización de Eventos, Protocolo, Publicidad y Relaciones Públicas, Turismo, Gestión Cultural o cualquier otra de análoga naturaleza.
- Contar con, al menos, 5 años de experiencia demostrable en la planificación, ejecución y gestión de campañas de marketing y comunicación, tanto en medios digitales como tradicionales, así como en la planificación, organización y gestión de eventos de impacto regional, nacional o internacional.
- Acreditar experiencia en estrategias de marketing digital aplicadas a proyectos de formación, empleo, emprendimiento o innovación, incluyendo la gestión de redes sociales, publicidad digital, email marketing y optimización SEO/SEM.
- Acreditar experiencia en la producción de eventos presenciales, híbridos y digitales, incluyendo congresos, ferias, jornadas de networking, encuentros empresariales y formativos.
- Acreditar experiencia en la gestión de campañas de captación de usuarios y engagement, aplicando herramientas avanzadas de segmentación y análisis de datos.
- Acreditar conocimientos en branding y posicionamiento de marca, para diseñar estrategias que refuercen la identidad y los valores del programa.
- Acreditar experiencia en la coordinación de equipos de comunicación y agencias externas para la ejecución de campañas y eventos de difusión.
- Acreditar capacidad de análisis de datos y generación de informes de impacto, utilizando herramientas de analítica digital (Google Analytics, Meta Business Suite, CRM y herramientas de automatización de marketing).
- Acreditar habilidades en redacción de contenidos y storytelling, adaptados a diferentes canales y públicos
- Acreditación de la persona en disciplinas de gestión ágil de proyectos y cualquier otra acreditación vinculada a la coordinación de equipos de trabajo.
- Acreditar conocimientos en planificación estratégica de eventos, incluyendo diseño de programas, gestión de ponentes, coordinación de logística y planificación de recursos.
- Acreditar dominio de herramientas de gestión de eventos y plataformas digitales para la inscripción, seguimiento y promoción (Eventbrite, Virtway...).



- Acreditar capacidad de gestión de patrocinios y alianzas estratégicas con empresas, entidades y organismos públicos para la cofinanciación o difusión de eventos.
- Acreditar habilidades en protocolo y relaciones institucionales, con experiencia en la coordinación de invitados de alto nivel, administración pública y stakeholders clave.
- Acreditar conocimientos en estrategias de comunicación y marketing aplicadas a eventos, asegurando su correcta difusión en redes sociales, medios digitales y tradicionales.
- Acreditar experiencia en la gestión de presupuestos y optimización de costes de producción de eventos.

► **Responsable Académico.** Esta persona deberá contar con el siguiente perfil:

- Titulación universitaria en ramas del conocimiento de la Psicología, Pedagogía, Sociología, Trabajo Social, Ciencias del Trabajo o cualquier otra de análoga naturaleza.
- Contar con, al menos, 5 años de experiencia demostrable en la gestión proyectos de innovación tecnológica, investigación y desarrollo, formación y capacitación en los ámbitos empresarial, educativo, universitario y/o del emprendimiento.
- Contar con experiencia demostrable de al menos 5 años en la gestión de proyectos educativos, de empleo y/o emprendimiento financiados con fondos regionales, nacionales y/o europeos.
- Acreditar experiencia demostrable como Coordinador/a de Formación y Empleo en alguna entidad de alcance nacional.
- Acreditar experiencia demostrable como Orientador/a en procesos de mejora de la empleabilidad.
- Acreditar experiencia demostrable en el diseño e implantación con éxito de metodologías formativas y de intervención y despliegue en el ámbito del desarrollo profesional. Desde multinacionales hasta pequeñas empresas, así como en organizaciones de ámbito social. Tanto en entornos indoor como outdoor.
- Acreditar experiencia en el despliegue de herramientas de tecnología social al servicio de diferentes actividades formativas para la formación en soft skills, tales como plataformas de simulación, realidad virtual aplicada a la capacitación competencial o inteligencia artificial aplicada al diagnóstico y mejora de habilidades transversales.
- Contar con la titulación de “Certificado de Aptitud Pedagógica (CAP), Máster de Profesorado de Educación Secundaria o “Formador de Formadores”.
- Acreditación de la persona en disciplinas de gestión ágil de proyectos y cualquier otra acreditación vinculada a la coordinación de equipos de trabajo.



- Acreditación en metodologías probadas de gestión y coordinación de equipos de trabajo.

► **Responsable de Empleabilidad (Orientador).** Esta persona deberá contar con el siguiente perfil:

- Titulación universitaria en ramas del conocimiento de la Psicología, Pedagogía, Sociología o cualquier otra de análoga naturaleza.
- Acreditar experiencia demostrable como Orientador/a en procesos de mejora de la empleabilidad.
- Acreditar experiencia demostrable en el diseño e implantación con éxito de metodologías formativas y de acompañamiento en el ámbito del desarrollo profesional.
- Acreditar experiencia en el despliegue de herramientas de tecnología social al servicio de diferentes actividades formativas para la formación en soft skills, tales como plataformas de simulación, realidad virtual aplicada a la capacitación competencial o inteligencia artificial aplicada al diagnóstico y mejora de habilidades transversales.
- Contar con experiencia demostrable de al menos 5 años en la gestión de proyectos educativos, de empleo y/o emprendimiento ~~financiados con fondos regionales, nacionales y/o europeos.~~
- Acreditación de la persona en disciplinas de gestión ágil de proyectos y cualquier otra acreditación vinculada a la coordinación de equipos de trabajo.

► **Responsable Financiero.** Esta persona deberá contar con el siguiente perfil:

- Titulación universitaria en ramas del conocimiento de la Economía y las Finanzas o cualquier otra de análoga naturaleza.
- Máster en Dirección Económico Financiera para acreditar un conocimiento profundo relativo a la gestión económico financiera en las organizaciones.
- Contar con, al menos, 10 años de experiencia trabajando como responsable financiero en departamentos de administración, finanzas y contabilidad de proyectos de múltiples sectores.
- Acreditación en metodologías probadas de gestión y coordinación de equipos de trabajo.
- Acreditación como Mentor/a de Emprendimiento en el ámbito financiero en el apoyo a la aceleración de startups para un crecimiento sostenible.



► **Formadores de Soft Skills** Estas personas deberán contar con el siguiente perfil:

- Titulación universitaria en ramas del conocimiento de la Psicología, Pedagogía, Sociología, Educación, Recursos Humanos, Economía, Coaching o cualquier otra de análoga naturaleza.
- Acreditar experiencia demostrable en formación y desarrollo de competencias transversales, tales como comunicación efectiva, liderazgo, inteligencia emocional, trabajo en equipo, resolución de conflictos y/o metodologías ágiles aplicadas a entornos profesionales.
- Acreditar experiencia en el despliegue de herramientas de tecnología social al servicio de diferentes actividades formativas para la formación en soft skills, tales como plataformas de simulación, realidad virtual aplicada a la capacitación competencial o inteligencia artificial aplicada al diagnóstico y mejora de habilidades transversales.
- Acreditar experiencia en formación a colectivos diversos, incluyendo personas en situación de desempleo, emprendedores, equipos en empresas y perfiles en proceso de recualificación profesional.
- Acreditar habilidades de dinamización y facilitación de grupos, asegurando la participación activa de los asistentes y el seguimiento del progreso competencial.

► **Formadores Hard Skills y Responsable de Acompañamiento en Restos.** Estas personas deberán contar con el siguiente perfil de manera segmentada:

- Titulación universitaria en ramas del conocimiento de la Administración y Dirección de Empresas, Marketing, Comercio Internacional, Publicidad, Ingeniería Industrial, Diseño de Producto o cualquier otra de análoga naturaleza.
- Acreditar experiencia en formación y consultoría en comercio digital, marketplaces, ecommerce y comercialización online.
- Acreditar experiencia en gestión de plataformas de comercio electrónico, en especial, Amazon y, adicionalmente, Shopify, eBay, WooCommerce, Prestashop y otras soluciones SaaS de venta online.
- Acreditar certificación en retail de Amazon Ads.
- Acreditar conocimientos en packaging y logística ecommerce, incluyendo diseño de embalaje, normativas de etiquetado, optimización de costes de envío y estrategias de sostenibilidad en envases.
- Acreditar experiencia en comercio internacional y exportación digital, incluyendo estrategias de internacionalización a través de ecommerce, normativa aduanera y gestión de pagos internacionales.



- Acreditar dominio de estrategias de marketing digital aplicadas al comercio online, incluyendo SEO/SEM, social selling, email marketing y automatización de ventas.
- Acreditar conocimientos avanzados en redes sociales y estrategias de venta digital, incluyendo el uso de Meta Ads (Facebook e Instagram), TikTok Ads, LinkedIn Ads y Google Shopping.
- Acreditar capacidad de gestión de formación híbrida (presencial y online), con experiencia en plataformas de teleformación y uso de herramientas interactivas como Moodle, Zoom, Google Classroom o Microsoft Teams.

La acreditación de requisitos de los diferentes perfiles descritos anteriormente, deberán ser aportados mediante certificados, contratos de trabajo y/o vida laboral.

7. CONFIDENCIALIDAD

La Empresa adjudicataria estarán obligadas a guardar la mas estricta confidencialidad sobre el contenido del contrato, así como de los datos o información a la que puedan tener acceso como consecuencia de la ejecución del mismo, pudiendo unicamente poner en conocimiento de terceros aquellos extremos que el Proyecto “100Karios100” de la Diputación de Cáceres autorice por escrito, y a usar dicha información a los exclusivos fines de la ejecución del contrato.

Tal y como se establece en el artículo 133.2 de la LCSP, el contratista deberá respetar el carácter confidencial de aquella información a la que tenga acceso con ocasión de la ejecución del contrato a la que se le hubiese dado el referido carácter en los pliegos o en el contrato, o que por su propia naturaleza deba ser tratada como tal. Este deber se mantendrá durante un plazo de cinco años desde el conocimiento de esa información.

8. CONTRATACIÓN

No se permite la subcontratación del servicio

9. OBLIGACIONES DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD

Todas las acciones derivadas de la ejecución del contrato, por parte de la empresa adjudicataria, deberán garantizar la adecuada identificación del proyecto, el origen de la financiación, Ministerio de Transición Ecológica y Reto Demográfico, a través de la Secretaria General de Reto Demográfico y la Entidad promotora del mismo, la Diputación Provincial de Cáceres.

10. PLAZO DE EJECUCIÓN



El periodo de ejecución del contrato comprenderá, desde la fecha de la adjudicación del mismo hasta el 31 de diciembre de 2026, salvo que el Ministerio de Transición Ecológica y el Reto Demográfico a través de la Secretaria de Reto Demográfico ampliara el plazo para el desarrollo del proyecto que será notificado por la Diputación Provincial de Cáceres a la empresa adjudicataria.

La ejecución del proyecto se desarrollará como especifica el presente pliego de prescripciones técnicas. Cualquier modificación de la programación tendrá que ser autorizada por la propia Diputación de Cáceres.

El adjudicatario deberá estar en disposición de comenzar las actuaciones de forma inmediata si así le fuese solicitado, a fin de que la Diputación de Cáceres pueda cumplir con las previsiones de ejecución reflejadas en la Resolución de concesión.



ANEXO I

PROGRAMA DE CONTENIDOS DE LA FORMACIÓN TÉCNICA

En este apartado se establecen las condiciones técnicas para la contratación de un programa formativo en **E-commerce**, dirigido a personas que deseen formarse para desarrollar o mejorar su presencia en mercados digitales y físicos.

1. REQUISITOS GENERALES DEL PROGRAMA FORMATIVO

La empresa adjudicataria deberá desarrollar un plan formativo que cumpla con los siguientes requisitos:

11. **Modalidad:** Se podrá impartir en modalidad presencial, online o híbrida, según las necesidades del organismo contratante.
12. **Duración total:** El programa deberá estructurarse en módulos, con una duración global de **256 horas**.
13. **Metodología:** Se fomentará un enfoque **teórico-práctico**, incluyendo ejemplos reales, estudios de caso y ejercicios aplicados.
14. **Material didáctico:** La empresa adjudicataria deberá proporcionar a los participantes documentación actualizada en formato digital y/o físico.
15. **Evaluación:** Se definirán mecanismos para evaluar el aprendizaje de los participantes mediante cuestionarios, prácticas o ejercicios.

2. CONTENIDOS MÍNIMOS DEL PROGRAMA

El programa deberá abordar, como mínimo, los siguientes contenidos formativos:

2.1 Introducción al E-commerce y Transformación Digital

- Contexto actual del comercio digital.
- Evolución del comportamiento del consumidor en el entorno online.
- Factores clave en la digitalización de empresas.

2.2 Presencia Digital y Canales de Venta Online

- Estrategias de presencia en redes sociales y su impacto en el comercio digital.
- Análisis de plataformas de venta online y marketplaces nacionales e internacionales.
- Integración de plataformas de e-commerce y marketplaces en la estrategia comercial.

2.3 Community Management y Estrategia de Comunicación Digital



- ➔ Gestión de redes sociales para empresas.
- ➔ Creación de contenido y gestión de la reputación online.
- ➔ Implementación de estrategias de marketing digital en redes sociales.

2.4 Marketplaces y Estrategias de Venta Online

- Funcionamiento y oportunidades en marketplaces.
- Modelos de negocio en marketplaces: venta directa, arbitraje y marca propia.
- Requisitos y normativa en marketplaces: políticas, bloqueos y planes de acción.

2.5 Análisis de Mercado y Estrategia Comercial

- Herramientas de análisis de mercado digital.
- Estrategia de diferenciación y posicionamiento en entornos digitales.

2.6 Subida de Catálogo y Optimización de Productos en Marketplaces

- Creación de fichas de producto optimizadas.
- Estrategias de precios y promociones.
- Contenido enriquecido y conversión en marketplaces.

2.7 Logística y Facturación en Comercio Digital

- Operativa y gestión logística en e-commerce.
- Facturación y normativa en ventas online.
- Herramientas y servicios logísticos en marketplaces.

2.8 Posicionamiento, Publicidad y Estrategias de Marketing Digital

- Estrategias de SEO y SEM en e-commerce.
- Publicidad en marketplaces y redes sociales.
- Definición y medición de campañas de publicidad digital.

2.9 Branding y Packaging en el Entorno Digital

- Construcción de marca y diferenciación en e-commerce.
- Estrategias de identidad visual y verbal.
- Diseño de packaging y su impacto en la percepción de marca.

2.10 Comercio Internacional y Exportación

- Introducción a la internacionalización de empresas.
- Planificación de estrategias de exportación.
- Inteligencia comercial para la toma de decisiones en mercados internacionales.
- Logística y normativa aduanera en comercio exterior.

3. ENTREGA Y EVALUACIÓN DEL PROGRAMA



La empresa adjudicataria deberá proporcionar:

- **Programa detallado**, con contenidos, metodología y duración por módulo.
- **Material didáctico** para los participantes.
- **Prueba de evaluación** para la demostración de adquisición de conocimientos.

ANEXO II

PROGRAMA DE CONTENIDOS DE LA FORMACIÓN TRANSVERSAL

En este apartado se establecen las condiciones técnicas para la contratación de un programa formativo destinado al desarrollo de **competencias transversales**, con el objetivo de mejorar la empleabilidad y el desempeño profesional de los participantes en distintos entornos laborales.

1. REQUISITOS GENERALES DEL PROGRAMA FORMATIVO

La empresa adjudicataria deberá desarrollar un plan formativo que cumpla con los siguientes requisitos:

- **Modalidad:** Se permitirá la impartición en formato **presencial, online o híbrido**, según las necesidades del organismo contratante.
- **Duración total:** El programa deberá estructurarse en módulos, con una duración global de **64 horas**, distribuidas en sesiones de formación práctica y teórica.
- **Metodología:** Se priorizará un enfoque **dinámico e interactivo**, basado en metodologías activas como **aprendizaje basado en retos (ABR)**, dinámicas de grupo y herramientas de autoevaluación.
- **Material didáctico:** Se proporcionará documentación en formato digital y/o físico con contenidos teóricos, ejercicios prácticos y recursos complementarios.
- **Evaluación:** Se establecerán mecanismos de evaluación del aprendizaje mediante pruebas, dinámicas de reflexión y herramientas de diagnóstico competencial.

2. CONTENIDOS MÍNIMOS DEL PROGRAMA

El programa deberá abordar, como mínimo, los siguientes contenidos formativos:

2.1 Construcción de Equipos y Dinámicas de Trabajo en Grupo

- Presentación del programa y del equipo docente.
- Dinámicas de integración y generación de equipos de trabajo.
- Identificación de objetivos individuales y colectivos dentro del programa.
- Estrategias para fomentar la colaboración y el trabajo en equipo.

2.2 Desarrollo de Competencias Transversales y Soft Skills



- Introducción a las **soft skills** y su impacto en la empleabilidad.
- Identificación de competencias clave en el entorno profesional.
- Métodos para el entrenamiento y mejora de habilidades transversales.

2.3 Inteligencia Emocional y Gestión de Habilidades Personales

- Estrategias para el autoconocimiento y la autorregulación emocional.
- Desarrollo de la confianza, la autoestima y la motivación.
- Técnicas para mejorar la empatía y las relaciones interpersonales en entornos laborales.

2.4 Trabajo en Equipo y Gestión de Objetivos

- Implementación de metodologías ágiles para la planificación y ejecución de proyectos.
- Organización del trabajo en equipo mediante herramientas de gestión colaborativa.
- Creación y seguimiento de planes de acción para la consecución de objetivos.

2.5 Orientación Vocacional y Análisis del Mercado Laboral

- Exploración de tendencias y cambios en el mercado laboral actual.
- Identificación de oportunidades profesionales emergentes.
- Métodos de análisis de sectores en crecimiento y salidas profesionales.

2.6 Desarrollo de Marca Personal y Estrategias de Networking

- Construcción de una identidad profesional sólida y diferenciada.
- Uso estratégico de herramientas digitales para la visibilidad laboral.
- Prácticas de networking para la generación de oportunidades de empleo.

2.7 Diagnóstico de Habilidades y Plan de Desarrollo Personal

- ➔ Implementación de herramientas de autoevaluación competencial.
- ➔ Análisis de resultados y elaboración de informes individuales.

2.8 Cultura Digital y Alfabetización Tecnológica

- Conceptos clave sobre transformación digital y herramientas digitales esenciales.
- Uso de plataformas colaborativas para la gestión del trabajo.
- Metodologías ágiles y su aplicación en entornos profesionales.

2.9 Desarrollo de Habilidades Transversales a través del Aprendizaje Experiencial

- Aplicación de dinámicas de aprendizaje basadas en retos.



- Simulación de escenarios para el entrenamiento de habilidades.

2.10 Reflexión Final y Evaluación del Aprendizaje

- Revisión de los aprendizajes adquiridos durante el programa.
- Identificación de fortalezas y áreas de mejora.
- Elaboración de conclusiones y establecimiento de objetivos futuros.

3. ENTREGA Y EVALUACIÓN DEL PROGRAMA

La empresa adjudicataria deberá proporcionar:

- **Programa detallado**, especificando duración, objetivos y metodología de cada sesión.
- **Material didáctico** para los participantes, con recursos prácticos y teóricos.
- **Informes individuales de diagnóstico competencial.**

En Cáceres, a fecha de la firma electrónica

