

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE CAMPAÑA EN REDES SOCIALES DE LOS EVENTOS DEL OTOÑO EN LA COMARCA SIERRA DE GATA.

ANTECEDENTES:

La Diputación de Cáceres crea un **Programa Especial de Cooperación para la Inversión en Planes de Acción Territorial** denominado **Programa DIPUTACIÓN DESARROLLA**. El programa se ejecutará en las anualidades presupuestarias de 2018 y 2019 para cooperar en el desarrollo económico de las comarcas rurales de la Provincia de Cáceres.

Se trata de un programa de inversiones para la financiación de Planes de Acción Territorial con medidas capaces de poner en valor oportunidades y recursos locales, de vertebrar el territorio, creando tejidos sociales y económicos que defiendan, conozcan, valoren y aprovechen los recursos culturales y naturales de alto potencial, proyectándolos hacia su propia sociedad y hacia el exterior abriendo posibilidades de cooperación nacional e internacional e incluyendo, si procede, una oferta de servicios turísticos.

Para ello, se promueve la mejora de los espacios físicos y lógicos en los cuales las actividades empresariales rurales son posibles. Su aplicación se realiza prioritariamente sobre el mapa territorial de los grupos de acción local sin menoscabo de su aplicación en otro esquema comarcal si cuenta con el acuerdo y la solicitud de las organizaciones públicas y privadas del territorio.

Mediante Resolución presidencial de 28/11/2017 se aprueba la contratación de asistencias técnica para la redacción de los Planes de Acción Territorial (PAT), así como el funcionamiento del Comité de Seguimiento, los Convenios y las fases en la gestión presupuestaria y su importe. Los Planes Territoriales para cada una de las 14 comarcas finalizan a 31 de marzo y en pleno de 14 de mayo de 2018 se aprueba la primera fase del gasto, mediante la modificación presupuestaria nº 33/2018, por créditos extraordinarios de gastos general procedentes de la liquidación del ejercicio 2017.

La Comarca Sierra de Gata, integrada por 22 municipios, cuya focalización ha sido “Parque cultural Sierra de Gata” se asigna un importe de 300.000,00 €, a desarrollar en 28 acciones, una de ellas es la denominada para la contratación del servicio de CAMPAÑA EN REDES SOCIALES DE LOS EVENTOS DEL OTOÑO EN LA COMARCA DE SIERRA DE GATA dotado con un presupuesto de CINCO MIL euros(5.000,00€) I.V.A. incluido.

PRIMERA- OBJETO DEL CONTRATO:

El objetivo de la campaña será conseguir lanzar la idea del Parque Cultural Sierra de Gata como un destino turístico donde se puede disfrutar de los hermosos paisajes del Otoño. En un entorno alejado de las grandes ciudades y sin los agobios del día a día, disfrutando de los espacios naturales y de los demás recursos de la comarca.



La empresa adjudicataria realizará el diseño, desarrollo y seguimiento de una campaña de difusión en medios sociales para la promoción de los eventos que tendrán lugar en la comarca de Sierra de Gata en este Otoño de 2018. Y con estas acciones incrementar la visibilidad y la llegada de turistas durante estas fechas.

SEGUNDA - ÁMBITO DE ACTUACIÓN:

El ámbito geográfico de actuación es la Comarca de Sierra de Gata.

TERCERA - RELACIÓN DE SERVICIOS A PRESTAR:

La empresa deberá desarrollar una campaña promocional en medios sociales, para lo cual deberá conocer el calendario otoñal de eventos de la comarca; y tendrán carácter destacado los siguientes recursos:

- Recursos naturales
- Turismo Activo
- Eventos culturales
- Gastronomía
- Turismo Familiar

El público objetivo, tanto de dentro como de fuera de la región, al que va a ir dirigida la promoción es senior, familias, parejas, gay friendly, jóvenes... Los principales mercados emisores serán: Madrid, Salamanca, los municipios cercanos de Portugal... además de la propia región extremeña.

Para ello:

Deberá diseñar un **Plan de Medios Sociales** para el período que dure la campaña (2 mes) y que incluya un **Plan de Contenidos** y un **Calendario de Publicaciones**, todo debe ser aprobado por el ADTS, con quien se mantendrá una reunión inicial para marcar las pautas a seguir durante la campaña.

- La empresa **gestionará las dos redes sociales del Parque Cultural Sierra de Gata**, que ya están creadas:

Parque Cultural Sierra de Gata (FB)

@Pcultural_Sgata (TW)

- El ADTS tiene disponibles varios vídeos sobre el Parque Cultural Sierra de Gata que están subidos al canal que este área tiene en Youtube y que pueden ser utilizados para esta



campaña de promoción, además de material promocional (folleto, mapa, guías...) en su perfil de ISSUU.

- La empresa adjudicataria deberá ser la encargada de ponerse en contacto con los distintos agentes del territorio a fin de conocer las actividades ofrecidas en estos meses y obtener la información y materiales necesarios para la promoción de cada uno de ellos.
- La empresa también debe realizar el diseño y puesta en marcha de un **concurso on-line dinamizado y alojado a través de FB y enfocado a potenciar la imagen de marca y crear base de datos de público objetivo**. El concurso puede consistir en comentar y compartir alguna de las publicaciones que se hagan durante la campaña o cualquier otro sistema que proponga la empresa. pero en ningún caso se puede superar el precio de licitación, es la empresa la encargada de decidir qué cantidades se invierten en estas promociones de pago y qué cantidades se invierten en lo demás. A modo de ejemplo, el premio puede ser; alojamiento en casa rural del destino para un fin de semana y dos personas.
- Para las publicaciones (mínimo 32) se deben realizar **fotografías** (fijas y 360º), actuales y de buena calidad técnica y artística, de los recursos y actividades turísticas de la comarca, también **vídeos** de 1 minuto de duración con pequeños textos sobreimpresos, sobre el lugar o la actividad que no perjudiquen a la calidad visual del vídeo pero que si le den dinamismo y aporten información.

Los contenidos mínimos a **publicar/entregables** serán :

40 fotografías de buena calidad

8 fotos 360º

4 vídeos de 1 minuto

1 vídeo resumen final de 2 minutos

Además de las publicaciones la empresa adjudicataria deberá realizar los siguientes trabajos:

- Diseño de un Plan de Medios Sociales para los 2 meses que dure la campaña y que incluya un Plan de Contenidos y un Calendario de Publicaciones (mínimo 32). Estos deberán ser aprobados por el Área de Desarrollo y Turismo Sostenible.
- Identificar e interactuar con posibles prescriptores.
- Atender consultas de información.
- Llevar un control quincenal de los resultados de la campaña (estadísticas) y entregar un informe final con todos los datos estadísticos, a los quince días de la finalización de la



campana. Junto a ese informe final ,la empresa deberá entregar todo el material (informes, fotografías y vídeos) utilizados en la campana.

CUARTA.- ENCUADRE DE LA ACTIVIDAD, TIPO DE LICITACIÓN Y PRESUPUESTO

Esta acción se encuadra dentro del programa Diputación Desarrolla que esta financiado con fondos propios. El procedimiento de contratación sera menor según la ley 9/2017 de contratos del sector Público, siendo el presupuesto máximo de licitación CINCO MIL EUROS (5.000,00€) IVA INCLUIDO, siendo la base imponible CUATRO MIL CIENTO TREINTA Y DOS EUROS CON VEINTITRES CENTIMOS (4.132,23€) Y OCHOCIENTOS SESENTA Y SIETE CON SETENTA Y SIETE CÉNTIMOS (867,77€) DE IVA con cargo a la siguiente aplicación presupuestaria.

Aplicación Presupuestaria	PRESUPUESTO
	TOTAL
2018.11.4395.22630. Promoción Turística. Diputación Desarrolla	5,000, 00

QUINTA – PRESENTACIÓN DE OFERTAS :

La propuesta económica deberá presentarse con el siguiente formato:

UNIDADES	DESCRIPCIÓN	Base imponible	IVA	TOTAL
1	Diseño y Desarrollo de Campana en redes Sociales			

SEXTA - CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN

Oferta económica (hasta 100 puntos). Se valorarán las ofertas económicas en aplicación de la fórmula siguiente:

$$\text{Puntuación (P)} = 100 \times \frac{\text{Oferta más baja (OMB)}}{\text{Oferta Licitador (OL)}}$$

La justicación de la fórmula precio viene determinada porque valora de forma proporcional la oferta presentada por los distntos licitadores, teniendo en cuenta el esfuerzo y la mejora realizada respecto al precio de licitación. Además es una fórmula que cumple con el planteamiento que atende a la mejor relación coste-eicacia, sobre la base del precio.



Procedimiento: Se calculará la puntuación de cada una de las ofertas (P) aplicando la fórmula indicada anteriormente

SÉPTIMA- PLAZO DE EJECUCIÓN :

La duración de este contrato será de 2 meses desde la formalización del contrato.

Cáceres, a fecha de firma electrónica

