Ayuntamiento
de Alicante

UNIÓN EUROPEA

Una manera de hacer Europa

FEDER
Fondo Europeo de
Desarrollo Regional

Convocatoria del expediente de contrato menor para la "Contratación de servicios publicitarios de compra de espacios en redes sociales, para las diferentes líneas de actuación durante el último trimestre de 2022, en el marco de la Estrategia de Desarrollo Urbano Sostenible Integrado (EDUSI) Área Las Cigarreras del municipio de Alicante, cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), mediante el Programa Operativo de Crecimiento Sostenible, para la programación 2014-2020, "Una manera de hacer Europa".

Vista la necesidad de efectuar la contratación de servicios publicitarios de compra de espacios en redes sociales, para las diferentes líneas de actuación durante el último trimestre de 2022, en el marco de la Estrategia de Desarrollo Urbano Sostenible Integrado (EDUSI), **utilizando el contrato menor en función de su cuantía, según determina el artículo artículo 118.1 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público**, al efecto de dar cumplimiento al principio de transparencia se hace pública la convocatoria del expediente referido, a fin de que puedan concurrir las personas físicas o jurídicas interesadas, presentando las correspondientes proposiciones, las cuales se ajustarán a las siguientes condiciones:

1. ANTECEDENTES

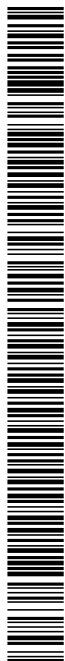
Las redes sociales son herramientas fundamentales para la comunicación entre instituciones y ciudadanía, y se han convertido en el medio de comunicación de mayor alcance para difundir y promocionar cualquier tipo de información que se desee hacer llegar. En el Plan de Comunicación de la EDUSI Alicante – Área Las Cigarreras se considera que la realización de acciones de publicidad en este canal es una práctica necesaria para optimizar los recursos. EDUSI Alicante- Área Las Cigarreras dispone de diversos perfiles en las redes sociales actuales, en donde se publican sus propias noticias, actividades y convocatorias, así como todas aquellas informaciones que puedan resultar de interés a su público potencial.

Por esto, se procede a la solicitud de presupuestos para las tareas de gestión y ejecución de la publicidad en las redes sociales con el presupuesto que se asigna en estas prescripciones técnicas.

Informe sobre insuficiencia de medios

Es necesario que la prestación se realice por profesionales especializados del sector de la comunicación y del marketing publicitario y que dispongan de los medios técnicos necesarios para la ejecución del servicio. Estas tareas no pueden realizarse por el personal municipal existente, que no posee los conocimientos ni las herramientas que se requieren para poder llevar a cabo este servicio con las garantías mínimas necesarias para su correcta ejecución. Por esto, se hace necesario contratar el servicio a una empresa especializada.

"Cofinanciado por la Comisión Europea con cargo al FEDER dentro del Eje 12 "Eje Urbano" del Programa Operativo de Crecimiento Sostenible, para la programación 2014-2020. *Una manera de hacer Europa*

FEDER
Fondo Europeo de
Desarrollo Regional

Una manera de hacer Europa

Por este motivo, se solicita a las empresas interesadas la elaboración de una propuesta de actuación y presupuesto del siguiente servicio, con las características que detallamos a continuación:

2.- DENOMINACIÓN DEL CONTRATO

Contratación de servicios publicitarios de compra de espacios en redes sociales, para las diferentes líneas de actuación durante el último trimestre de 2022, en el marco de la Estrategia de Desarrollo Urbano Sostenible Integrado (EDUSI) Área Las Cigarreras del municipio de Alicante, cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), mediante el Programa Operativo de Crecimiento Sostenible, para la programación 2014-2020, "Una manera de hacer Europa"

3.- CARACTERÍSTICAS DEL CONTRATO

El servicio consiste en la campaña en Facebook Ads para publicitar las diferentes líneas de actuación de la EDUSI (Incluyendo Facebook, Instagram y posibilidad de incluir otras redes sociales). Las acciones de comunicación seguirán estrictamente las NORMAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN para GARANTIZAR LA VISIBILIDAD DE LA POLÍTICA DE COHESIÓN de la UNIÓN EUROPEA EN EL PERIODO 2014-2020, siempre bajo la supervisión definitiva de la Oficina de Información, Comunicación e Intervención Comunitaria de la EDUSI Alicante - Área Las Cigarreras.

Más información respecto a las obligaciones de comunicación FEDER en:

- **GARANTIZAR LA VISIBILIDAD DE LA POLÍTICA DE COHESIÓN: NORMAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN 2014-2020.** Comisión Europea.: https://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/informat/2014/visibility_es.pdf
- **COMUNICACIÓN FEDER 2014-2020.** Ministerio de Política Territorial: http://www.mptfp.es/portal/politica-territorial/local/coop_econom_local_estado_fondos_europeos/fondos_europeos/2014-2020-FEDER/Comunicacion-FEDER-2014-2020.html
- **ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN POs PLURIRREGIONALES FEDER.** Ministerio de Hacienda y Función Pública.: <https://www.dgfc.sepg.hacienda.gob.es/sitios/dgfc/es-ES/iper/fcp1420/c/ec/Paginas/EComunicacionPosPlurirregionalesFEDER.aspx>

OPERACIONES EN EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO EN LA EDUSI - ÁREA LAS CIGARRERAS		
OT 2	LA 1	Plan de modernización de los servicios municipales de Alicante
OT 2	LA 2	Plan de innovación Smart City
OT 4	LA 3	Plan de movilidad e intervenciones viarias EDUSI Alicante
OT 4	LA 4	Sistema de eficiencia y gestión energética en espacios urbanos y alumbrados
		Programa de eficiencia energética en espacios municipales

"Cofinanciado por la Comisión Europea con cargo al FEDER dentro del Eje 12 "Eje Urbano" del Programa Operativo de Crecimiento Sostenible, para la programación 2014-2020. Una manera de hacer Europa



FEDER
Fondo Europeo de
Desarrollo Regional

Una manera de hacer Europa

OT 4	L.A 5	-
OT 6	L.A 6	Dinamización cultural de la memoria histórica Recuperación arquitectónica antigua Fábrica de Tabacos de Alicante y su conexión con el entorno
OT 6	L.A 7	Acondicionamiento de espacios existentes y mantenimiento de zonas verdes
OT 9	L.A 8	Impulsa – cultura Plan de reactivación comercial y turística
OT 9	L.A 9	Orientación, formación para el empleo. Mejora de las competencias de los desempleados
OT 9	L.A 10	Proyecto de compra de vivienda y acondicionamiento, y programa de viviendas intergeneracionales
OT 9	L.A 11	Programa de intervención con colectivos vulnerables
OT 9	L.A 12	Plan de dotaciones municipales y creación de nuevos espacios para la atención social e inserción laboral

Se llevará a cabo la creación del contenido y compra de publicidad de las Líneas de Actuación que se deben publicitar en las diferentes redes sociales siguiendo el flujo de trabajo definido en las siguientes fases: **preparación, ejecución y cierre**.

Fase de Preparación

1. Se realizarán reuniones entre la empresa adjudicataria y el órgano contratante, previas a la compra de los espacios publicitarios, para definir la segmentación conjuntamente, así como para aprobar las propuestas visuales y de contenido realizadas por la empresa adjudicataria.
2. Se realizará un Plan de Contenidos, que comprende la estrategia publicitaria/comunicativa y la planificación de la compra de espacios en redes sociales para la difusión de las campañas publicitarias encomendadas por la parte contratante.
3. El contratista adaptará las creatividades necesarias para las campañas y acciones comunicativas para su correcta difusión en las redes sociales seleccionadas en el plan de medios.
4. El estilo y el tono de las acciones publicitarias tienen como principal objetivo mostrar las capacidades y virtudes del FEDER, siendo los ciudadanos los protagonistas de los anuncios publicitarios. Las campañas y anuncios se basarán en una apuesta por las personas, ya que deberán contar sus propias experiencias positivas de las diferentes operaciones, actuaciones y programas cofinanciadas por el FEDER.

Fase de ejecución

1. La empresa adjudicataria deberá gestionar la correcta compra de la publicidad.
2. El servicio comprenderá la creación del anuncio, en cuanto a diseño y contenido, la subida de este, su promoción, y el seguimiento de su rendimiento.
3. La compra de publicidad en las redes sociales gestionadas deberá ser acorde a la segmentación acordada y estar gestionada por el equipo humano de la empresa

"Cofinanciado por la Comisión Europea con cargo al FEDER dentro del Eje 12 "Eje Urbano" del Programa Operativo de Crecimiento Sostenible, para la programación 2014-2020. Una manera de hacer Europa





adjudicataria, y facilitarán a la Oficina de Información, Comunicación e Intervención Comunitaria EDUSI Alicante – Área Las Cigarreras toda la información que se les solicite y en la forma que se les indique.

4. La empresa adjudicataria realizará y presentará informes del rendimiento y las acciones realizadas a la finalización de cada campaña, en los que se incluyan todos los resultados cuantitativos y cualitativos de la misma, así como las incidencias que se hayan producido durante su realización, en las reuniones con el órgano contratante. Asimismo, se realizará y presentará una memoria final.

Los objetivos de la acción publicitaria son:

- Incrementar el conocimiento del FEDER a través de publicidad en redes sociales.
- Aumentar el tráfico al sitio web de Fondos FEDER Alicante.
- Convertir usuarios en seguidores de la Estrategia de Desarrollo Urbano Sostenible e Integrado de Alicante – Área Las Cigarreras.
- Captar nuevos usuarios y fidelizar los actuales.

Fase de cierre

Se realizarán reuniones a la finalización del contrato para valorar los efectos de la campaña y para la entrega de la memoria final.

4.- PLAZO DE EJECUCIÓN

El plazo de ejecución del servicio **finalizará el día 31 de diciembre de 2022.**

5.- IMPORTE DE LA LICITACIÓN

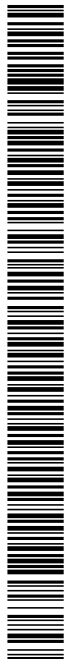
Importe máximo de Licitación	10.000.-€ (IVA no incluido)
------------------------------	------------------------------------

6.- REQUISITOS DE LA OFERTA:

1.- Creación y presentación de un Plan de Contenidos para la campaña de publicidad en Redes Sociales que en todo caso tendrá que ser aprobado previamente por la persona responsable del contrato, o persona a quien designe, y en el que se contemplará como mínimo:

- a. Calendarización o cronograma de la campaña, la estrategia y planificación, elaboradas y argumentadas según el público objetivo y los diferentes soportes, con el fin de optimizar el briefing de cada campaña.
- b. Se especificará las acciones publicitarias concretas, se indicará el número de inserciones y su duración, el tipo de red social, la audiencia, el formato y las tarifas oficiales en vigor, así como el coste bruto y neto por red social, además del plazo de ejecución estimado.
- c. Una previsión de resultados a alcanzar.



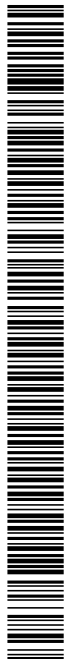
Ayuntamiento
de Alicante

Una manera de hacer Europa

FEDER
Fondo Europeo de
Desarrollo Regional

- d. Una memoria económica que incluya el presupuesto total desglosado de la campaña publicitaria o acción comunicativa. En esta memoria se debe incluir el nombre de las redes sociales, el formato de los anuncios que se propone, el número de inserciones para cada red social y la tarifa vigente. Se adjuntará asimismo copia de los presupuestos adquiridos de las redes.
- 2.- La planificación promocional se realizará por semanas y por Operaciones (14)
- 3.- El desarrollo gráfico cumplirá los criterios señalados por el Manual de Identidad Corporativa en vigor.
- 4.- Se realizarán un mínimo de 4 campañas (por Objetivos Temáticos) que incluirán un mínimo de 28 anuncios (mínimo 2 anuncios por operación). Se admitirán las modificaciones necesarias durante la campaña para optimizar los anuncios a los objetivos planteados.
- 5.- El servicio incluirá los siguientes elementos:
- Propuesta de diseño gráfico de las publicaciones (mínimo 2 propuestas visuales para cada Buena Práctica)
 - Texto específico para cada anuncio en Facebook (mínimo 2 propuestas de copy o texto creativo)
 - Texto específico para cada anuncio en Instagram (mínimo 2 propuestas de copy o texto creativo)
 - Propuesta de formatos: storyboard, imagen estática, vídeo, secuencia...
- 6.- Se realizará el seguimiento de la visibilidad de las acciones de promoción, informando mensualmente de los impactos de cada acción promocional mediante reuniones telemáticas o presenciales de seguimiento.
- 7.- Al final de cada campaña y/o acción específica, y con el fin de facilitar la tarea de supervisión a la persona responsable del contrato, la empresa contratista tiene que presentar un informe de cierre de campaña que recoja el encargo recibido por la Oficina de Información, Comunicación e Intervención Comunitaria EDUSI Alicante – Área Las cigarreras:
- El plan de contenidos aprobado.
 - Un cuadro desglosado donde se reflejen las inversiones por red social.
 - Los comprobantes de las inserciones/publicaciones.
 - Facturas emitidas por las redes sociales.
 - Una descripción del desarrollo de la campaña.
 - Las incidencias y/o cambios que se hubieran producido.
 - Una evaluación del impacto de la campaña ejecutada.
- 8.- Una vez finalizado el contrato, la empresa adjudicataria presentará una memoria final incluyendo tablas de datos y análisis cualitativo de los resultados, conclusiones y recomendaciones a futuro.

La empresa adjudicataria dispondrá de medios humanos suficientes para realizar las tareas descritas, así como para mantener una comunicación fluida con el órgano contratante, mediante una persona de contacto habitual. El personal asignado al proyecto deberá contar con la cualificación técnica necesaria para desarrollar una campaña publicitaria institucional.

Ayuntamiento
de Alicante

UNIÓN EUROPEA

Una manera de hacer Europa

FEDER
Fondo Europeo de
Desarrollo Regional

La empresa adjudicataria dispondrá de estos medios técnicos; básicamente, en lo que respecta al hardware, ordenadores y conexión a internet, y para el software: Correo electrónico; Herramientas básicas de ofimática: Editor de textos, edición de presentaciones, lector de PDF...; Paquete de edición gráfica y maquetación; Plataforma de gestión, optimización y automatización de campañas publicitarias. Además, debe conocer las funcionalidades que ofrecen las diferentes redes sociales: edición en bloque, duplicación de anuncios y campañas, especificaciones de conversión, etc.

7.- PROPIEDAD DE LOS TRABAJOS

Todos los trabajos desarrollados pasarán a ser propiedad de la Oficina de Información, Comunicación e Intervención Comunitaria EDUSI- Área las Cigarreras, adquiriendo los derechos de explotación, consistentes en la edición, distribución y comunicación pública. Dicha oficina ejercerá estos derechos en la forma más amplia que la Ley permita, comprendiendo en ello su reproducción, distribución, transformación, comunicación pública y puesta a disposición, en cualquier soporte formato e idioma y con los efectos que las leyes determinen.

El adjudicatario no podrá comercializar, reproducir, transmitir, difundir y utilizar para sí ni proporcionar a terceros, dato alguno de los trabajos contratados ni publicar, total o parcialmente, el contenido de estos sin autorización escrita del órgano de contratación.

El adjudicatario adquiere, el compromiso de la custodia fiel y cuidadosa de la documentación que se le entregue para la realización del trabajo y con ello, la obligación de que ni la información que ella contiene o a la que acceda como consecuencia del trabajo llegue, en ningún caso, a poder de terceras personas.

El personal que preste los servicios estará obligado a guardar el más absoluto sigilo y confidencialidad sobre el trabajo realizado o sobre cualquier hecho, información o documentos del ámbito jurisdiccional o fiscal a los que se haya tenido acceso con motivo de la prestación del servicio, respondiendo de forma personal y directa del incumplimiento de esta obligación. La misma obligación podrá exigirse, en su caso, al adjudicatario por la responsabilidad que le corresponda.

El incumplimiento de lo anterior será causa de resolución del contrato conforme al artículo 211.1.f de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público.

8.- CLAUSULAS SOCIALES

Toda la documentación, publicidad, imágenes o materiales de todo tipo deberán utilizar un lenguaje no sexista, y evitar cualquier imagen discriminatoria por razón de género, raza o edad. Se fomentará una imagen con valores de igualdad, diversidad, y pluralidad de roles e identidades de género, raza y edad.

Ayuntamiento
de Alicante

UNIÓN EUROPEA

Una manera de hacer Europa

FEDER
Fondo Europeo de
Desarrollo Regional

9.- CONTENIDOS DE LA OFERTA

La oferta debe contener tres apartados siendo:

- Presupuesto de ejecución.
- Propuesta de actuación.
- Otros: Cualquier otra propuesta relacionada con la ejecución del proyecto que pueda aportar valor añadido al objeto del contrato. A ser posible, este deberá ser cuantificable económicamente y debe ser aceptada y apropiada para la Oficina de la EDUSI.

10.- CRITERIOS DE VALORACIÓN:

- Presupuesto 55 puntos sobre 100
- Propuesta de actuación..... 45 puntos sobre 100

A modo de orientación, se propone incluir los siguientes ítems en la **propuesta de actuación**, o los que considere la empresa que realice la propuesta:

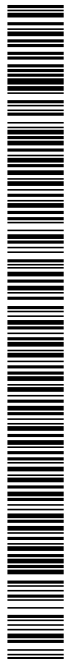
- Aproximación sobre los criterios de segmentación.
- Propuesta de formatos: secuencia, vídeo, animación, imagen estática ...
- Propuesta de ubicaciones de los anuncios: feed, historias, sección de noticias, Facebook Marketplace ...
- 2 propuestas de bocetos para mostrar posibles líneas de diseño de las publicaciones.
- 2 propuestas de copy.
- Acciones concretas de marketing en línea o de contenidos que aporten valor a la propuesta.
- Resumen de la cualificación técnica de la persona o equipo responsable del proyecto

Se puede obtener la información de las diferente Líneas de actuación en el siguiente enlace: <https://www.alicante.es/es/contenidos/operaciones-ejecucion-y-seguimiento-edusi>

Las redes sociales de la EDUSI Alicante – Área Las Cigarreras: [FACEBOOK](#) e [INSTAGRAM](#)

11.- CLÁUSULAS FEDER

El Ayuntamiento de Alicante, como organismo intermedio ligero de gestión, para cumplir con las funciones de responsabilidad encomendadas en el anexo XII, sección 2.2 del Reglamento (UE) 1303/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo de 17 de diciembre de 2013, podrá requerir a la empresa adjudicataria que lleve a cabo cualquiera de las actuaciones expuestas en el mencionado precepto y, especialmente, las siguientes:

Ayuntamiento
de Alicante

UNIÓN EUROPEA

Una manera de hacer Europa

FEDER
Fondo Europeo de
Desarrollo Regional

a) En los documentos de trabajo, así como en los informes y en cualquier tipo de soporte que se utilice en las actuaciones necesarias para el objeto del contrato, aparecerá de forma visible y destacada el emblema de la UE, haciendo referencia expresa a la Unión Europea y al Fondo Europeo de Desarrollo Regional.

b) En toda difusión pública o referencia a las actuaciones previstas en el contrato, cualquiera que sea el medio elegido (folletos, carteles, etc...), se deberán incluir de modo destacado los siguientes elementos: emblema de la Unión Europea de conformidad con las normas gráficas establecidas, así como la referencia a la Unión Europea y al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, incluyendo el lema "Una manera de hacer Europa".

c) Por ser un contrato suscrito con el Ayuntamiento de Alicante en el marco de la Estrategia de Desarrollo Urbano Sostenible Integrado (EDUSI) Las Cigarreras deberán reflejarse junto al emblema de la Unión Europea y la referencia a la misma, el escudo del Ayuntamiento de Alicante y el logotipo de la EDUSI Las Cigarreras.

Logos y leyenda mencionados:

Ayuntamiento
de AlicanteEDUSI ALICANTE
Área Las Cigarreras

UNIÓN EUROPEA

Una manera de hacer Europa

FEDER
Fondo Europeo de
Desarrollo Regional

Proyecto cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) mediante el Programa Operativo Plurirregional de España 2014-2020. Una manera de hacer Europa.

El contratista adjudicatario encargado del proyecto asumirá la obligación de facilitar a las unidades de ejecución y gestión de la EDUSI, en cumplimiento del principio de transparencia, todos aquellos datos que sean necesarios para el mantenimiento y actualización de la lista pública de operaciones a la que se refiere el artículo 115 apartado 2 del Reglamento (UE) 1303/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo de 17 de diciembre de 2013.

12- PLAZO Y LUGAR DE PRESENTACIÓN DE OFERTAS

Los licitadores deberán presentar sus ofertas, firmadas electrónicamente, desde el día 06/10/2022 hasta las 23:59 hrs del 10/10/2022, mediante correo electrónico a **edusilascigarreras@alicante.es**

No se adjunta modelo, pero las propuestas se ceñirán a lo que aquí se solicita.

13.- PAGO DEL PRECIO

EL contratista tendrá derecho al abono del precio una vez concluida la ejecución del contrato.

"Cofinanciado por la Comisión Europea con cargo al FEDER dentro del Eje 12 "Eje Urbano" del Programa Operativo de Crecimiento Sostenible, para la programación 2014-2020. Una manera de hacer Europa



FEDER
Fondo Europeo de
Desarrollo Regional

Una manera de hacer Europa

En cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 118 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Ley de Contratos del Sector Público, se les INFORMA en relación al contrato que antecede, que no podrán resultar adjudicatarios aquellas empresas o profesionales con los que en el transcurso del último año esta entidad haya celebrado otros contratos (cuyo objeto sea cualitativamente similar y forme una unidad funcional), que individualmente o en su conjunto superen la cifra del contrato menor establecida en el artículo 118.1.

Alicante, a fecha de firma electrónica