



**PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS POR EL QUE SE HA DE REGIR LA CONTRATACION
DEL SERVICIO DE DISEÑO Y EJECUCIÓN DE CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN DEL PROYECTO
DE REGENERACIÓN SOCIOECONÓMICA DE LA ZONA SUR DE JEREZ, COFINANCIADO POR EL
FONDO EUROPEO DE DESARROLLO REGIONAL (FEDER)**

0. ANTECEDENTES

El Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas (anterior Ministerio de Economía y Hacienda) convocó a finales del año 2007 una serie de ayudas destinadas a cofinanciar proyectos, dentro del Eje 5 de “Desarrollo Sostenible Local y Urbano” del Marco Estratégico Nacional de Referencia 2007-2013 aprobado para el Estado Español con fecha 7 de mayo de 2007.

Se trataba de una serie de ayudas dirigidas a municipios de más de 50.000 habitantes, bajo la denominación de Iniciativa Urbana, y que tienen como objetivo cohesionar el territorio a través de proyectos integrados de regeneración urbana y reforzar la participación ciudadana en la gestión de los asuntos públicos y la mejora de los servicios locales.

A esta convocatoria, el Excmo. Ayuntamiento de Jerez presentó el Proyecto de Regeneración Socioeconómica de la Zona Sur, proyecto que finalmente fue aprobado y le fue concedida una ayuda FEDER por importe de 10.044.432 €.

Los objetivos operativos que se plantean en este proyecto son los siguientes:

1. Resolver el problema del desnivel que separa la Zona del centro de Jerez.
2. Poner en valor el paisaje urbano con actuaciones en su medio ambiente.
3. Mejorar el comercio de proximidad como motor de reactivación económica y de empleo.
4. Fomentar el emprendizaje de la Población como medio de generar desarrollo económico, crear empleo y fomentar la autoestima personal.
5. Apoyar la regeneración social mediante la mejora de las infraestructuras y el reforzamiento de sus programas.
6. Favorecer la inserción laboral de los colectivos más desfavorecidos de la Zona Sur.

Estos objetivos se desarrollan y concretan en una serie de actuaciones que deberán ser realizadas de conformidad a las directrices que establece la Autoridad de Gestión para ejecutar este tipo de proyectos y, muy especialmente, en todo lo referente a su gestión, seguimiento y control, según lo establecido en la normativa comunitaria reguladora de los Fondos Europeos.





Para la consecución de estos objetivos, el Proyecto contempla un total de 36 medidas articuladas en torno a 6 grandes áreas temáticas: Urbanismo, Medio Ambiente, Promoción Comercial, Emprendizaje, Regeneración Social e Inserción Laboral.

Además de estas actuaciones, el Proyecto contempla un presupuesto específico destinado a una serie de medidas que forman parte del Sistema de Gestión y Seguimiento del Proyecto. De entre todas estas actuaciones previstas en el Sistema de Gestión y Seguimiento del Proyecto, constituye el objeto del presente Pliego la contratación de una entidad especializada que preste el servicio de Diseño y Ejecución de la Campaña de Comunicación del Proyecto.

1. OBJETO

El presente Pliego recoge el conjunto de especificaciones técnicas e instrucciones que deberán cumplir las propuestas a presentar a licitación para la prestación del servicio de Diseño y Ejecución de la Campaña de Comunicación del Proyecto de Regeneración Socioeconómica de la Zona Sur de Jerez. Este proyecto está cofinanciado por la Unión Europea con cargo al Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), en el marco del Programa Operativo FEDER de Andalucía 2007-2013, y por el Excmo. Ayuntamiento de Jerez.

La contratación objeto de este pliego se realizará por un procedimiento negociado, según lo que establece el artículo 169 y ss. del Texto Refundido de la Ley de Contratos del Sector Público (TRLCSP).

2. OBJETIVOS

El objetivo general de la Campaña de Comunicación es lograr la sensibilización e implicación efectiva de la población residente en la Zona Sur en las actuaciones y estrategia del Proyecto, gracias a la adecuada difusión de información sobre el mismo. Para lograr este objetivo, la Campaña deberá contemplar los siguientes objetivos operativos:

- Proporcionar información sobre la naturaleza del Proyecto, sus actuaciones y la contribución de los Fondos Estructurales en el desarrollo del mismo.
- Ofrecer información centrada en el papel fundamental de la ciudadanía de la zona de actuación en el desarrollo y resultados del Proyecto.
- Aportar información clara, didáctica y transparente sobre los procesos participativos y de ejecución del proyecto.





- Informar a la opinión pública sobre el papel que desempeñan las entidades promotoras del Proyecto (la UE, el Gobierno de España y el Ayuntamiento de Jerez) en la transformación de la Zona Sur.
- Contribuir a potenciar el sentimiento de ciudadanía entre la población de la Zona Sur.
- Informar y sensibilizar a los distintos niveles de la Administración Pública implicados directa o indirectamente en el Proyecto sobre las mejores experiencias alcanzadas.

3. CONTENIDO DEL SERVICIO

La presente licitación tiene por objeto la contratación de una empresa especializada que realice todos los trabajos necesarios para desarrollar y ejecutar una Campaña de Comunicación del Proyecto. Las actividades objeto de licitación están orientadas a definir, planificar, organizar, realizar y justificar las actuaciones que formen parte de la Campaña, especialmente las relacionadas con las empresas, los emprendedores y las personas en la zona de actuación.

La Campaña de Comunicación, estará formada por los siguientes elementos:

1. **Campaña genérica del Proyecto.** Tiene como objetivo dar a conocer la importancia que da el Proyecto al elemento humano de la Zona de Actuación. La campaña debe primar la creatividad para favorecer el impacto en la población y colectivos a los que se dirige. Debe definir los elementos básicos que se utilizarán como soporte a todas las actuaciones del proyecto.
2. **Campaña específica de cada Subprograma.** Debe apoyarse en la anterior. En este caso, su objetivo es dar a conocer la variedad de actuaciones que se van a acometer para cada uno de los colectivos a los que se dirige, a saber: personas, empresas y emprendedores.
3. **Campaña específica de cada Actuación.** A medida que se vayan programando y ejecutando cada una de las actuaciones previstas, se deberá seguir un protocolo de comunicación para no perder la visión conjunta del Proyecto, que se adaptará a las características y planificación de cada una de las actuaciones.

Los principales trabajos del servicio a desarrollar, serán los siguientes:

1. Diseño de la Creatividad
2. Diseño de la Estrategia de la Campaña





3. Desarrollo y ejecución de la Campaña
4. Coordinación y soporte a la realización de todas las acciones de comunicación incluidas en la estrategia de la campaña.

A continuación, se describe con más detalle el contenido de dichos trabajos.

3.1. Diseño de la Creatividad

La empresa adjudicataria se compromete a asumir, al menos, las siguientes tareas:

- Diseño de logotipo, marca, imagen, lema, etc. de la Campaña.
- Desarrollo de un concepto creativo básico para desarrollar la estrategia de comunicación y objetivos del proyecto.
- Realización del diseño de las piezas básicas de la campaña en las que se materializará la creatividad y diseño específico del proyecto: cartelería, cortes de audio, vídeo, folletos y trípticos, etc.
- Realización de las adaptaciones en los diferentes soportes de campaña.
- Elaboración de un Manual de Identidad corporativa de la imagen de la campaña.
- Realización de las diferentes artes finales para la producción de los materiales gráficos, anuncios, etc.
- Diseño, creatividad y conceptualización de acciones de marketing directo y urbano (street marketing) y la realización de piezas de cada acción en la que se concrete la Campaña.

3.2. Diseño de la Estrategia de la Campaña

La empresa adjudicataria se compromete a asumir, al menos, las siguientes tareas:

- Definición de una propuesta de estrategia de comunicación para los distintos medios a emplear: radio, TV, Internet, así como un mínimo de dos propuestas de formatos estándar a utilizar en las mismas (anuncios, cuñas, banners, botón, anuncios gráficos y de texto para redes sociales y buscadores).





- Definición del contenido y planificación de los elementos principales de la Campaña de Comunicación (Campaña genérica, Campaña específica de cada Subprograma, Campaña específica de cada actuación).
- Definición, con el visto bueno de la Coordinación del proyecto, de una propuesta concreta de acciones integrantes de las campañas, así como de fechas y lugares donde se llevarán a cabo.
- Planificación de las acciones de la campaña (imagen, publicidad, difusión, contactos, captación de asistentes, etc.).

3.3. Desarrollo de la Campaña

Las empresas licitadoras deberán presentar una propuesta de producción de contenidos, materiales y soportes necesarios durante toda la vida del proyecto, de acuerdo con la Estrategia de Comunicación que se diseñe, que permitan desarrollar la Campaña de Comunicación, sobre la base de los requisitos recogidos en este pliego, por un importe máximo de 40.000,00 € (IVA excluido).

Esta propuesta técnica contendrá las acciones y soportes mínimos que la empresa se compromete a desarrollar y producir, teniendo en cuenta los distintos medios a utilizar: prensa escrita, radio, televisión, internet, así como otros soportes de difusión.

Será responsabilidad de la empresa adjudicataria todas las tareas relacionadas con el Desarrollo de la Campaña, como pueden ser:

- El diseño de los elementos, contenidos y/o soportes que se establezcan como necesarios para las actuaciones a desarrollar, a fin de lograr el despliegue eficiente de la Estrategia definida.
- La producción de los elementos, contenidos y/o soportes diseñados.
- Todas las acciones necesarias para la difusión y/o emisión (contratación de medios) de los elementos, contenidos y/o soportes producidos.

Asimismo, desde la Dirección del Proyecto, con cargo al presupuesto contemplado para esta fase del servicio, se podrá encargar a la empresa adjudicataria el diseño, producción y/o difusión y emisión de cualquier elemento, contenido y/o soporte de comunicación no contemplado inicialmente y que sea necesario para la adecuada ejecución del proyecto.





Así pues, el presupuesto de esta fase del servicio debe contemplar un presupuesto de reserva para afrontar, a demanda de la Dirección del Proyecto, estos elementos no contemplados en la propuesta técnica.

3.4. Coordinación y soporte a la realización de todas las acciones de comunicación incluidas en la estrategia de la campaña.

La empresa adjudicataria asumirá a su cargo la realización de los siguientes trabajos:

- Organización logística de todas las acciones y provisión de los materiales e instalaciones necesarias para su celebración, a excepción de los materiales soporte específicos de difusión (folletos, carteles, etc.).
- Coordinación, junto con la Dirección del Proyecto, de todas las acciones, personas y entidades participantes.
- Captación de asistentes entre los colectivos a los que se dirijan las actuaciones, en los eventos que así lo requieran.
- Recopilación, generación y custodia de toda la documentación necesaria para la correcta justificación de las actuaciones contratadas en el marco del Proyecto, según la normativa aplicable, con especial atención a la normativa relativa a los fondos europeos financiadores del Proyecto. Esto incluye: memorias de actividades, evidencias fotográficas y documentales de las acciones, facturas, copias de los materiales generados y entregados, etc.
- Resolución de dudas y apoyo al equipo técnico responsable del Proyecto en el seguimiento, control y realización de las acciones.
- Cualquier otra que sea necesaria para llevar a cabo las actuaciones objeto de contratación.

Para ello, las empresas interesadas en acudir a la presente licitación deberán definir la metodología de trabajo que, de acuerdo a su criterio y experiencia, facilite el fin pretendido, respetando las condiciones establecidas en el presente pliego.

4. OBLIGACIONES DE LA EMPRESA ADJUDICATARIA:

La empresa adjudicataria estará obligada a observar las siguientes cuestiones durante el desarrollo de los trabajos contratados:





- Diseñar y componer los elementos de la Campaña ajustándose a las pautas que se establezcan desde la Dirección del Proyecto. Se considerarán incluidas la posible realización de fotografías, ilustraciones y alquiler de fotos para creatividades básicas.
- Poner a disposición del servicio todos los medios técnicos, materiales, económicos y humanos que exijan los servicios contratados, teniendo a su cargo la obtención de todos los permisos, licencias y autorizaciones necesarias para la realización del mismo conforme a lo establecido en el presente pliego. Todo el personal necesario para cumplir las obligaciones que se deriven del contrato tendrá el título facultativo o experiencia profesional adecuada a su cometido y dependerá exclusivamente de la empresa contratista.
- Asumir todos los costes de las acciones incluidas en la campaña (diseño gráfico, instalaciones, etc.) así como la logística para el desarrollo de la misma.
- Presentar las propuestas creativas explicando los criterios y posicionamiento de cada acción, en relación con la estrategia de marketing y comunicación seleccionada.
- La realización de cuantas propuestas, modificaciones o ajustes fueran necesarios para la adecuada adaptación de la creatividad a los objetivos de la campaña.
- El desarrollo de la creatividad deberá contener los elementos necesarios de identidad corporativa del Ayuntamiento, del Proyecto, de la Unión Europea y los Fondos FEDER, así como cualquier otro requisito recogido en el Reglamento (CE) 1828/2006 de la Comisión, de 8 de diciembre de 2006, en el Plan de Comunicación para los Programas Operativos FEDER y FSE de Andalucía para 2007-2013, y en el resto de normativa aplicable en materia de información y publicidad.
- Todas las piezas deben entregarse en modo de arte final, listas para su publicación o emisión siguiendo los requisitos solicitados por cada medio o soporte:
 - o JPG o PDF (u otros archivos que se soliciten) para publicaciones impresas y publicidad exterior con suficiente resolución
 - o Cuñas de radio grabadas y entregadas en Mp3
 - o Story board/animatic para television





- Banner en formatos internet flash, swf y gif.
- Otros soportes, a especificar.
- Eventualmente, el Ayuntamiento solicitará que se le envíen los archivos originales con los que fueron maquetadas las creatividades.
- La producción de las unidades correspondientes necesarias de material impreso para su difusión: carteles, folletos y publicaciones en general, no se contemplan en el alcance de esta contratación.
- La empresa adjudicataria comprobará que los artes finales realizados concuerdan con los originales aprobados, asegurará una correcta adaptación gráfica de cada soporte de comunicación que se encargue, así como se responsabilizará del seguimiento de producción y control de calidad de los mismos.
- La Dirección del Proyecto establecerá los plazos de los diferentes trabajos. La empresa adjudicataria deberá dar respuesta a las necesidades urgentes del cliente en un plazo de 24 horas para adaptaciones.
- La empresa adjudicataria designará un único interlocutor encargado de coordinar las relaciones con la Dirección del Proyecto.
- Todos los materiales que sean destinados a su difusión en Internet, (como cartel, website, formatos para marketing digital u otros), deberán cumplir lo dispuesto en el Real Decreto 1494/2007, de 12 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento sobre las condiciones básicas para el acceso de las personas con discapacidad a las tecnologías, productos y servicios relacionados con la sociedad de la información y medios de comunicación social. Dichos materiales deberán alcanzar el nivel mínimo de accesibilidad determinado en las prioridades 1 y 2 de la Norma UNE 139803:2004. (Accesibilidad AA).
- El cumplimiento de la normativa europea y nacional aplicable a las acciones realizadas.

5. DESTINATARIOS DE LA CAMPAÑA

La Campaña de Comunicación del Proyecto tiene como público objetivo tres grupos diferenciados de personas:





- a) Las personas residentes en la Zona Sur, tanto a través de las asociaciones, agrupaciones y agentes socioeconómicos del área como directamente, a través de acciones de amplio espectro.
- b) Las personas residentes en Jerez de la Frontera, tanto para la contextualización del Proyecto en la Zona Sur como para contribuir a mejorar la percepción sobre el área en el conjunto del municipio, bien como opinión pública en general, bien como agentes económicos y sociales.
- c) El personal técnico y político vinculado a la regeneración y rehabilitación urbana en los distintos niveles de la Administración Pública implicados en el desarrollo del Proyecto, tanto para el seguimiento de éste como para la transferencia de las mejores experiencias acumuladas.

Los medios de comunicación (locales, regionales, etc.) serán un mecanismo de actuación preferente, si bien no constituirá un objetivo estricto de la campaña Plan (excepto para microacciones de sensibilización y mejora del tratamiento y discurso sobre la Zona Sur).

6. SEGUIMIENTO DE LOS TRABAJOS

Para asegurar el correcto desarrollo de los trabajos vinculados al contrato de servicios y el cumplimiento de los plazos previstos, se creará un Comité de Seguimiento del que formará parte el responsable técnico del Proyecto por parte del Excmo. Ayuntamiento de Jerez de la Frontera y el/la directora/a del servicio, por parte de la empresa adjudicataria.

Este Comité de Seguimiento se reunirá periódicamente de acuerdo a la propuesta metodológica formulada por la empresa adjudicataria. La versión definitiva del contenido y la planificación (acciones, plazos, lugares, etc.) de la campaña objeto del presente pliego, será validada y aprobada por parte del Excmo. Ayuntamiento de Jerez de la Frontera, a propuesta de la empresa adjudicataria, y podrá sufrir ajustes o actualizaciones durante la vida del proyecto.

Además de los informes finales, durante el desarrollo de las actividades la empresa adjudicataria deberá responder a las indicaciones realizadas por el equipo del proyecto en cuanto a justificación de actividades y situación de los trabajos (informes intermedios, solicitud periódica de información relativa al desarrollo de los trabajos, etc.)

El equipo técnico del proyecto y el/la director/a del servicio, se reunirán periódicamente, de acuerdo a la propuesta metodológica formulada por la empresa adjudicataria.





7. PLAZO DE EJECUCIÓN

El plazo de ejecución de los trabajos regulados en el presente Pliego será desde la fecha de firma del contrato, hasta el 30 de noviembre de 2015, un mes antes de la fecha en la que debe estar concluido el Proyecto.

8. PRESUPUESTO DEL CONTRATO

A efectos presupuestarios y de elaboración de la oferta económica, tal y como se indique en el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares, se ha de considerar que el importe máximo total de la presente contratación del servicio de DISEÑO Y EJECUCIÓN DE CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN DEL PROYECTO DE REGENERACIÓN SOCIOECONÓMICA DE LA ZONA SUR DE JEREZ, y en el que se incluyen todos los trabajos y materiales descritos en el presente pliego, asciende a SESENTA MIL EUROS (60.000,00 €) IVA NO INCLUIDO, valor estimado del contrato, de acuerdo al siguiente desglose por fase del servicio:

Fase del trabajo	Presupuesto máximo de licitación
Diseño de la Creatividad	5.000,00 €
Diseño de la Estrategia de la Campaña	
Desarrollo y Ejecución de la Campaña de Comunicación	40.000,00 €
Soporte permanente a la Campaña de Comunicación	15.000,00 €

Estos importes serán abonados con cargo a la partida **13/920.P/609.02**.

El importe del IVA aplicable al presupuesto total de esta contratación ascenderá a 60.000 €, por lo que el presupuesto máximo de licitación, IVA incluido será de 72.600,00 €.

El importe del presente contrato se imputará con cargo a la actuación “5.7. Señalética de las actuaciones y medidas emprendidas” del Proyecto de Regeneración Socioeconómica de





Ayuntamiento de Jerez

Participación Ciudadana y
Coordinación de Distritos

Plan Iniciativa Urbana Jerez Sur

la Zona Sur de Jerez, cofinanciado por la Unión Europea a través del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) y por el Excmo. Ayuntamiento de Jerez.

Las empresas licitadoras deberán presentar el presupuesto que oferten desglosado por fases, indicando el precio máximo planteado para la fase de Desarrollo de la Campaña, y el destinado para los elementos a producir a demanda de la Dirección del Proyecto.



C/ Carmen Hombro Ponzoa, 57
11408 Jerez de la Frontera
Telf: 956 14 98 30 Fax: 956 14 06 15
E-mail: planiniciativaurbana@aytojerez.es



Proyecto de Regeneración Socioeconómica de Jerez-Sur
Programa Operativo 2007-2013 para Andalucía



Ayuntamiento de Jerez

Participación Ciudadana y
Coordinación de Distritos

Plan Iniciativa Urbana Jerez Sur



C/ Carmen Hombro Ponzoa, 57
11408 Jerez de la Frontera
Telf: 956 14 98 30 Fax: 956 14 06 15
E-mail: planiniciativaurbana@aytojerez.es



UNIÓN EUROPEA
FEDER
FONDO EUROPEO
DE DESARROLLO REGIONAL
"Una manera de hacer Europa"

Proyecto de Regeneración Socioeconómica de Jerez-Sur
Programa Operativo 2007-2013 para Andalucía