



Prescripciones Técnicas para la Contratación de un “servicio para la promoción y dinamización de los programas TIC de BILIB en 2016”.

1. OBJETO

BILIB

El Centro de Apoyo Tecnológico a Ciudadanos y Empresas - BILIB - es un centro perteneciente al Parque Científico y Tecnológico de Castilla- La Mancha, cuya función es fomentar el uso de las nuevas tecnologías en Castilla – La Mancha, potenciando la información y asesoría de los emprendedores y PYMEs de la región a través de las TIC, además de los servicios dirigidos a las Administraciones Públicas y a los usuarios.

Visión

Convertir a Castilla-La Mancha en un referente de emprendimiento, innovación y éxito en la integración y el desarrollo de Tecnologías de la Información y la Comunicación.

Misión

Hacer de Castilla-La Mancha (ciudadanos, empresas e instituciones) una comunidad más tecnológica, competitiva y eficiente a través de proyectos que mejoran su capacidad de aprendizaje (motivación - conocimiento - comprensión - aplicación - validación), innovación y desarrollo de Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación.

Objetivos

- Mejorar competitividad y productividad de empresas de Castilla-La Mancha.
- Apoyar tecnológicamente las iniciativas de emprendedores.
- Promocionar las nuevas tecnologías y crear nuevas oportunidades de negocio.
- Potenciar desarrollo y distribución de servicios y productos de empresas TIC.
- Facilitar el acceso universal a las TIC en Castilla-La Mancha.
- Contribuir al proceso tecnológico de la Administraciones Públicas.
- Mantener nuestra región como referente de las TIC a nivel nacional e internacional.
- Potenciar y consolidar la imagen del Centro como entidad de promoción del sector TIC.

Públicos principales

Ciudadanos	Ciudadanos de CLM con edades comprendidas entre los 16 y los 100 años con necesidad de mejorar su formación tecnológica.
Empresas	Empresas de Castilla-La Mancha con necesidad de mejora tecnológica.



Empresas TIC	Empresas TIC de Castilla-La Mancha con necesidad de mejorar tecnológicamente y de aumentar sus fuentes de captación de clientes.
Empleados y Colaboradores	Directivos de Primer Nivel Colaboradores Directos Proveedores de servicios (Proyectos Concretos) Responsables externos (Gestores Centros de Internet)
Asociaciones y Organizaciones Empresariales	Asociaciones Sectoriales de Tecnología Asociaciones Profesionales de Empresarios Asociaciones de Estudiantes
Medios de Comunicación	Medios generales online/offline Provinciales/Nacionales Medios Tecnología Provinciales/Nacionales Revistas de Tecnología / Emprendimiento / Innovación Medios Locales genéricos y tecnológicos. Bloggers / foros genéricos y tecnológicos.
Instituciones	Dirección General de Telecomunicaciones y Nuevas Tecnologías Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha. Fundación Parque Científico y Tecnológico de Castilla-La Mancha. Universidad de Castilla-La Mancha Administración Local

BILIB requiere la contratación de un servicio para la ejecución de una estrategia que cubra las áreas de marketing y comunicación y que facilite la consecución de sus objetivos estratégicos. Para ello se requiere la contratación de un servicio centrado en seis ejes:

- A) Comunicación.
- B) Redes Sociales.
- C) Mantenimiento de los contenidos del portal web de BILIB.
- D) Desarrollo de la memoria de actividades 2016.
- E) Apoyo a nuevos proyectos.
- F) Seguimiento de resultados.



2.- ACTUACIONES A REALIZAR

El Trabajo se compondrá como mínimo de las actuaciones contempladas a continuación. *Se valorará cualquier mejora a las actuaciones propuestas.*

A) **Comunicación.**

Se precisa un servicio para el ejecución de un plan de comunicación.

BILIB ha de informar a la sociedad de todas actividades que desarrolla. Por ello una de las principales tareas del área de comunicación será el de gabinete de prensa que comunicará las acciones de la institución. El gabinete de prensa actuará como órgano que informa a los medios. Pero no sólo debe informar al público externo, también debe transmitir a los colaboradores la información que llega desde el exterior a través de los medios informativos o por cualquier otro conducto.

Otras acciones a realizar desde el área de comunicación serán al menos las siguientes:

- Notas de prensa enfocadas en cada uno de los servicios y acciones que ofrece BILIB y cualquier otro hecho noticiable.
- Diseño de plantillas de newsletter, exportables a MailChimp.
- Apoyo a la generación de contenidos.
- Continuo contacto con medios para participar en todos los reportajes relacionados con las TIC.
- Crear una lista de medios claves y mantenerles informados de todas las novedades y noticias relacionadas con BILIB.
- Actualización trimestral de indicadores del área de comunicación: web, redes sociales y repercusión en medios.

B) **Redes sociales.**

Se precisa un servicio para la gestión de las redes sociales de BILIB. Las redes a gestionar son: facebook, twitter, google +, youtube, linkedin, slideshare.

Dentro de las acciones a realizar en al gestión de redes sociales se incluirán al menos las siguientes:

- Dar a conocer BILIB y su actividad diaria, mantener un canal de comunicación abierto y eficiente al mismo tiempo que reforzamos su imagen su imagen de marca.
- Generar conversación y dinamismo.
- Promocionar los servicios, cursos y actividades que BILIB desarrolla.
- Subir contenidos generados por BILIB: vídeos, diapositivas, etc.
- Segmentar en la medida de lo posible a los contactos mediante las listas de amigos de estos medios, lo que nos permitirá enviar mensajes enfocados a determinados tipos de target (medios, empresas TIC, empresas no TIC, ciudadanos, etc.). Promocionar las noticias de BILIB externas en las Redes Sociales.
- Utilizar figuras influyentes para ayudar a promocionar la marca.



- Derivar las consultas y solicitudes de los usuarios al equipo de asesores de BILIB.

C) **Gestor de contenidos web.**

Se precisa un servicio para la gestión de los contenidos web publicados en el portal web de BILIB. El gestor de contenidos web de BILIB es TYPO 3. Dentro de los contenidos a publicar se podrían encontrar:

- Notas de prensa y otras noticias de interés.
- Artículos tecnológicos.
- Entrevistas y casos de éxito.
- Eventos.
- Newsletter.

D) **Memoria de Actividades**

Desarrollo de una memoria de actividades que recoja las actuaciones realizadas por el Centro y los resultados más destacados.

La memoria debe tener un diseño adecuado y atractivo que facilite la lectura y la difusión del contenido. También debe incluir una infografía con un resumen de todos los indicadores clave y una nota de prensa para su distribución a los medios.

E) **Apoyo a nuevos proyectos.**

Se precisa un servicio de apoyo para los nuevos proyectos y acciones que ponga en marcha BILIB. Este apoyo se dirige a realizar un asesoramiento en las estrategias de comunicación y en su integración con el plan de comunicación de BILIB.

Entre los proyectos/acciones planificados a fecha de hoy se encuentran:

- Nuevos diseños para mejorar la usabilidad del para el portal web de BILIB.
- Desarrollo de un espacio y contenidos específicos para emprendedores.
- Rediseño de la estructura de menús del portal web.
- Definición y ejecución de estrategia para la captación de nuevos seguidores en redes sociales, incluido campañas de pago en redes sociales.
- Inventario de ferias empresariales de Castilla-La Mancha y definición estrategia de comunicación.

3 – DURACIÓN DEL SERVICIO

Desde la firma del contrato hasta el 31 de diciembre de 2016.



4 - REQUISITOS DE SOLVENCIA ECONÓMICA, TÉCNICA Y PROFESIONAL

Los licitadores deberán cumplir los requisitos de solvencia económica, técnica y profesional que se refieren a continuación:

- a) El licitador deberá cumplir el requisito de estar al corriente de pago tanto con la Hacienda de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, como con la Agencia de la Administración Tributaria y con la Tesorería de la Seguridad Social.
- b) El licitador deberá acreditar su experiencia durante los tres últimos años en el siguiente número de proyectos.
 - A) Al menos 5 proyectos para la elaboración y gestión de una estrategia de comunicación.
 - B) Al menos 5 proyectos para la elaboración y gestión de una estrategia de marketing digital.
 - C) Al menos 3 proyectos para la gestión de CMS. *Se valorará experiencia en gestor de contenidos Typo 3.*
- c) El licitador deberá disponer de los medios personales suficientes para la prestación del servicio que deberán cumplir los requisitos establecidos en el apartado 2 del presente documento.

5 - CRITERIOS DE VALORACIÓN DE LAS PROPUESTAS

La puntuación final de cada propuesta se calculará a partir de la valoración técnica y económica. La fórmula a utilizar es la siguiente:

$$\text{Puntuación final} = \text{Valoración económica} + \text{Valoración técnica}.$$

Las valoraciones económicas y técnicas están ponderadas por un peso (*Coefficientes de Ponderación*). Este peso está establecido en *0.6 para el apartado económico* y en *0.4 para la valoración técnica*.

El cálculo de la valoración económica de cada una de las propuestas se realiza de forma automática, en base al precio de las propuestas presentadas. La fórmula utilizada es la siguiente:

$$\text{Valoración económica} = (\text{Precio de la oferta más económica recibida} / \text{Precio de la propuesta recibida}) * 100 * \text{Coeficiente de Ponderación Económica}$$

El cálculo de la valoración técnica de las propuestas parte de una puntuación base de 15 puntos para todas las propuestas que cumplan con los requisitos establecidos en la solicitud de demanda, y aumentará hasta los 100 puntos según la experiencia y la adecuación de la propuesta presentada por el licitador a los requisitos de la demanda. La fórmula utilizada es la siguiente:

$$\text{Valoración técnica} = \text{Valoración técnica de la propuesta} * \text{Coeficiente de Ponderación Técnica}$$

La valoración técnica se realizará en base a los siguientes criterios:



Elemento de evaluación	Puntuación	Valor de Ponderación
Adecuación y nivel de detalle del plan de actuación propuesto.	0-10	2
Nivel de detalle del cronograma de trabajo, hitos y entregables.	0-10	2
Mejoras aportadas al proyecto.	0-10	1
Solvencia técnica y profesional del licitador para el objeto del contrato	0-10	5

6.- FORMATO DE PRESENTACIÓN DE LAS PROPUESTAS

Los licitadores deberán presentar una memoria técnica estructurada de forma clara y concisa.

Esta memoria debe incluir al menos la siguiente información:

1. Datos identificativos de la empresa: CIF, razón social, domicilio, etc.
2. Propuesta detallada con las acciones a realizar.
3. Mejoras propuestas, si las hubiese.
4. Cronograma de trabajo.
5. Identificación clara de hitos y entregables.
6. Propuesta económica.
7. Memoria de solvencia técnica y profesional de la empresa, incluida experiencia demostrable, para desarrollar el objeto del contrato.

7.- INFORMES/ SEGUIMIENTO DEL PROYECTO

- La dirección del proyecto recaerá sobre el Centro de Apoyo tecnológico a Emprendedores de Castilla-La Mancha (bilib) que se encargará de supervisar los trabajos realizados por el adjudicatario.
- La adjudicataria presentará con cada factura una memoria justificativa de las actuaciones realizadas.
- Resumen de los aspectos que sean relevantes sobre las actuaciones llevadas a cabo en cada una de las actividades ejecutadas descritas anteriormente, así como cualquier otro aspecto que pueda demandar el licitador.
- Reuniones periódicas para analizar el informe de seguimiento y establecer actuaciones futuras que permiten un mejor desarrollo del proceso.
- Reunión final para evaluar y validar la correcta finalización del proyecto.



8.-SEGURIDAD Y CONFIDENCIALIDAD

El adjudicatario queda expresamente obligado a mantener absoluta confidencialidad y reserva sobre cualquier dato que pudiera conocer con ocasión del cumplimiento del contrato, que no podrá copiar o utilizar con fin distinto al que figura en este pliego, ni tampoco ceder a otros ni siquiera a efectos de conservación.