

Contrato menor

MEMORIA DESCRIPTIVA

CONTRATO MENOR PARA EL DISEÑO, DESARROLLO E IMPULSO DEL PLAN DE COMUNICACIÓN DEL PROYECTO ZARAGOZA 16. De mayo de 2019 a marzo 2020.

0. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD

El pleno municipal del día 25 de junio de 2018 aprobó el 4 Plan Joven, un documento que reúne todas las medidas y líneas de actuación que el Ayuntamiento llevará a cabo hasta 2021 y con las que pretende dar respuestas a las necesidades de la juventud zaragozana.

El proyecto Zaragoza 16 está encuadrado en el ámbito de cultura del 4 Plan Joven y ha sido aprobado por el gobierno municipal el día 22 de marzo de 2019. El proyecto propone que los jóvenes zaragozanos que cumplen 16 años, durante un año completo, con la ayuda de una plataforma digital, puedan acceder a 16 actividades de 16 bloques temáticos diferentes, de cultura, ocio y deporte.

El proyecto ZGZ 16 es de nueva planta en su concepción y desarrollo. Está pensado como proyecto estratégico, a saber, con gran capacidad transformadora desde el punto de vista del impacto social. Es un proyecto ambicioso, nuevo, innovador y distinto, en el que el Plan de comunicación va a jugar un papel clave.

Por otra parte, para dar cumplimiento al punto 4 del Plan de medidas de racionalización del Gasto Municipal aprobado por el Gobierno de Zaragoza en sesión ordinaria del día 30/07/2012 se informa que es **necesario, imprescindible, oportuno y conveniente por lo siguiente:**

- La conveniencia de contratar una empresa externa al Ayuntamiento para el diseño, desarrollo e impulso del Plan de Comunicación del proyecto se justifica porque la naturaleza de este trabajo requiere contar con personas muy especializadas, que sean expertas en comunicación para obtener resultados óptimos.

A la vista de la especificidad del trabajo requerido, así como la necesidad y conveniencia de realizar el trabajo en unos meses, se hace constar la necesidad de realizar una contratación externa, por no disponer el Ayuntamiento de los medios personales que posibiliten la realización de los trabajos objeto de la misma. Por ello, y de acuerdo con lo previsto en el RDL 3/2011 de 14 de noviembre por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de Contratos del Sector Público, se estima necesario realizar un Contrato Menor para llevar a cabo este proyecto.

Anexamos presentación del Proyecto Zaragoza 16.

1. OBJETO DEL CONTRATO

El objeto del contrato es el diseño, desarrollo e impulso del Plan de Comunicación del proyecto Zaragoza 16, que incluye la creatividad, diseño, elaboración y la contratación de soportes.

Documento firmado digitalmente. Para verificar la validez de la firma acceda a <https://www.zaragoza.es/verifica>

Ayuntamiento de Zaragoza - <http://www.zaragoza.es>



MTE5LZELMjAYOTQVDES

NOMBRE DOC.	Diseño, desarrollo e impulso del plan del comunicación proyecto Zaragoza 16			PÁGINA 1 / 9
FIRMADO POR	CARGO FIRMANTE	FECHA FIRMA	ID. FIRMA	
IGNACIO JOSE AGUAR POLO	El/La Técnico/a	05/04/2019	5389228	

2. CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS Y CONTENIDO DEL SERVICIO

Desde el conocimiento del proyecto, especialmente los objetivos del Plan de Comunicación, el público objetivo y las ideas fuerza que pretendemos transmitir, describimos de manera orientativa los trabajos que la entidad adjudicataria deberá de realizar.

2.1. Punto de partida: objetivos, público objetivo e ideas fuerza

Objetivos del Plan de comunicación del Proyecto Zaragoza 16

En relación con jóvenes zaragozanos que cumplen 16 años en 2020.

- Alcanzar la participación de al menos 4.000 jóvenes durante el año 2020 (a 10 actividades de media, 40.000 impactos).
- Conseguir que 1.600 jóvenes, el 40 % utilicen los 16 bloques ofertados.

En relación con las entidades colaboradoras ciertas y potenciales del proyecto

- Lograr la colaboración de 4 entidades por bloque temático (distribuidas: 60 % entidades privadas y 40 % municipales).

En relación con la ciudad (padres, instituciones y público general

- Identificar e informar a entidades clave (AMPAS, Comunidad educativa, organizaciones económica y sociales) de la ciudad periódicamente sobre el proyecto.
- Al menos 800.000 impresiones en diferentes medios de comunicación y publicitarios.

Público Objetivo

- **Jóvenes que van a cumplir 16 años en el 2020.** De acuerdo con el Padrón municipal 7.000, a los que habría que sumar unos cientos más correspondientes a los alumnos que cursan estudios en centros del municipio pero que proceden de otros municipios del área metropolitana. Por el carácter universal del proyecto, la tipología de jóvenes es muy variada.
- **Entidades/empresas colaboradoras** generadoras de oferta cultural, deportiva y de ocio. Una parte se corresponde con servicios, patronatos y empresas municipales y otra con empresas e instituciones privadas, con las que habrá que hacer el esfuerzo principal para incorporarlas al proyecto.
- **La comunidad educativa de** centros educativos de secundaria públicos, privados y concertados. Además de centros sociolaborales y otros especiales. El proyecto debe plantearse en colaboración y coordinación con las entidades educativas, cuya

Documento firmado digitalmente. Para verificar la validez de la firma acceda a <https://www.zaragoza.es/verifica>

Ayuntamiento de Zaragoza - <http://www.zaragoza.es>



MTE5LZELMAYOTQVDE\$

NOMBRE DOC.	Diseño, desarrollo e impulso del plan del comunicación proyecto Zaragoza 16			PÁGINA 2 / 9
FIRMADO POR	CARGO FIRMANTE	FECHA FIRMA	ID. FIRMA	
IGNACIO JOSE AGUAR POLO	El/La Técnico/a	05/04/2019	5389228	

experiencia cotidiana con los jóvenes de 16 años es clave para orientarlo correctamente, ya que es el ámbito principal de socialización de los mismos.

- **La ciudadanía en general**, que tiene que recibir de manera positiva el proyecto.

Ideas fuerza

Ideas fuerza dirigidas a los jóvenes que van a cumplir 16 años

- Beneficiate gratis de las ofertas de ocio, culturales y deportivas de la ciudad
- Haz cosas nuevas
- Cumplir 16 tiene premio en Zaragoza
- 180 sitios para conocer
- 400 actividades a tu disposición
- 16 años, 16 bloques, 16 actividades
- Tú eliges qué y cuándo
- EL Año 2020 será muy especial
- Itinerario de descubrimiento

Ideas fuerza dirigidas a las entidades colaboradoras del proyecto

- Capta nuevos públicos: 8.000 jóvenes al año
- Ten visibilidad entre el público juvenil: conectate a 8.000 dispositivos nuevos cada año
- Mantén un *Feed Back* permanente con los jóvenes sobre tu oferta.
- Únete a un proyecto ambicioso, distinto, innovador e ilusionante
- Incorpora el proyecto a tu política de RSC

Ideas fuerza dirigidas a comunidad educativa

- Facilita y anima a la participación de tus hijos / alumnos en actividades útiles para su desarrollo personal
- Colabora en la adquisición de hábitos positivos de tus hijos / alumnos
- Ayuda al proyecto para que sea más útil para todos

Ideas fuerza dirigidas a la ciudadanía en general

- La ciudad cuida de sus jóvenes
- Una inversión de futuro
- La ciudad se preocupa por integrar positivamente a las nuevas generaciones
- La ciudad da la bienvenida a los jóvenes
- Queremos una ciudad más sana, más culta, más participativa y más divertida.

Documento firmado digitalmente. Para verificar la validez de la firma acceda a <https://www.zaragoza.es/verifica>

Ayuntamiento de Zaragoza - <http://www.zaragoza.es>



MTE5LZELMjAYOTQVDE\$

NOMBRE DOC.	Diseño, desarrollo e impulso del plan del comunicación proyecto Zaragoza 16			PÁGINA 3 / 9
FIRMADO POR	CARGO FIRMANTE	FECHA FIRMA	ID. FIRMA	
IGNACIO JOSE AGUAR POLO	El/La Técnico/a	05/04/2019	5389228	

2.2. Descripción de trabajos que realizará la entidad adjudicataria

La entidad adjudicataria diseñará y gestionará un Plan de comunicación

A partir del conocimiento del despliegue del proyecto, descrito en el cronograma (anexamos cronograma del proyecto Zaragoza 16), la entidad adjudicataria tendrá que diseñar y desarrollar estrategias de comunicación dirigidas a los cuatro tipos de público objetivo definidos para conseguir los objetivos propuestos en el punto 2.1.

A continuación señalamos los momentos y actividades clave en el desarrollo del proyecto:

En mayo 2019 está previsto formalizar acuerdos con Entidades Colaboradoras, en esa fecha deberá estar preparada la programación, diseño y calendario, incluidos los eslóganes, mensajes, etc. para folletos, medios, dinimizaciones teatrales, videos, etc. necesarios para el buen desarrollo del Plan de Comunicación

En septiembre 2019 las actividades principales son:

- Presentación del proyecto a medios comunicación rueda de prensa de lanzamiento (conjuntamente con las entidades colaboradoras).
- Organizar presentaciones dirigidas a personas y profesionales con capacidad de influir en los públicos objetivos del proyecto (influencers, youtubers, periodistas, etc.)

En septiembre – octubre 2019:

- Dinamización en 4 centros piloto e Inicio de inscripciones en el piloto

En noviembre y diciembre 2019:

- Campaña publicitaria en los 106 centros educativos de la ciudad
- Campaña publicitaria en la ciudad.
- Reparto de folletos, tutoriales y señalética entre las entidades colaboradoras
- Campaña publicitaria para difundir el inicio del programa en enero de 2020 y la inscripción en el mismo.
- Fiesta Juvenil de presentación del programa (Stand de información y de inscripción al programa Z16). La organización de la Fiesta está pensada fuera de contrato.

En enero 2020:

Inicio del programa ZARAGOZA 16.

◇ ◇ ◇

De los elementos que hemos señalado más arriba que constituyen las referencias fundamentales para el diseño del Plan de Comunicación, queremos insistir y destacar los trabajos que la empresa adjudicataria desarrollará a lo largo del tiempo que dure el contrato y que tienen que ver con soportes y contenidos.

Teniendo en cuenta que los gastos de producción de los soportes necesarios correrán a

Documento firmado digitalmente. Para verificar la validez de la firma acceda a <https://www.zaragoza.es/verifica>

Ayuntamiento de Zaragoza - <http://www.zaragoza.es>



MTE5LZELMjAYOTQVDES

NOMBRE DOC.	Diseño, desarrollo e impulso del plan del comunicación proyecto Zaragoza 16			PÁGINA 4 / 9
FIRMADO POR	CARGO FIRMANTE	FECHA FIRMA	ID. FIRMA	
IGNACIO JOSE AGUAR POLO	El/La Técnico/a	05/04/2019	5389228	

cargo del Servicio de Juventud, la empresa adjudicataria partirá de la imagen del proyecto que ya está elaborada, la de la App del proyecto (logotipo y conjunto de imágenes) para desarrollar la creatividad referida a las ideas fuerza y formulará los mensajes dirigidos a los distintos públicos.

La empresa adjudicataria cuando elaboré el Plan de Comunicación destacará y concretará el diseño, redacción, guionización y supervisión de los elementos necesarios para el buen desarrollo del Plan de Comunicación (folletos, carteles, vídeos, campaña de medios, redes Sociales, etc.)

En este sentido la empresa hará una propuesta de los soportes a utilizar, que presentará en el cuadro siguiente:

Soporte / medio	Formato	Fecha	Observaciones
(Ej. Heraldo de Aragón, El Periódico de Aragón, Facebook, Instagram...)	(Ej. folletos, carteles, publicaciones en el muro de Facebook, historias de Instagram, videos, notas de prensa, dossiers...)		

Para valorar la línea propuesta por la empresa licitadora, ésta presentará **un boceto de folleto** en el que figure eslogan, título y texto, teniendo en cuenta que la imagen de dicho folleto debe estar en consonancia con la imagen ya existente del proyecto.

También se valorará la experiencia profesional de la entidad en la elaboración y desarrollo de planes de comunicación.

Los trabajos deberán cumplir con los valores recogidos en el 4 Plan Joven referidos a Interculturalidad, Igualdad, Formación socioeducativa, Empoderamiento y Diversidad funcional.

Todos los derechos de autor y de propiedad intelectual de las piezas generadas en el marco de este contrato serán propiedad del Ayuntamiento de Zaragoza.

3. PRESUPUESTO

El presupuesto máximo ascienda a la cantidad de QUINCE MIL EUROS (15.000 €) IVA excluido, al que adicionando el 21 % de IVA supone un presupuesto total de DIECIOCHO MIL CIENTO CINCUENTA EUROS, 18,150 € IVA incluido).

Los licitadores podrán modificar el presupuesto de licitación mejorándolo a la baja.

El precio del contrato será el que resulte de la adjudicación del mismo, debiendo indicar como partida independiente el IVA vigente.

En el precio del contrato se considerarán incluidos los impuestos, tasas y cánones de cualquier índole que sean de aplicación, así como todos los gastos que se originen para el adjudicatario como consecuencia del cumplimiento de las obligaciones contractuales.

Documento firmado digitalmente. Para verificar la validez de la firma acceda a <https://www.zaragoza.es/verifica>

Ayuntamiento de Zaragoza - <http://www.zaragoza.es>



MTE5LZELMAYOTQVDES

NOMBRE DOC.	Diseño, desarrollo e impulso del plan del comunicación proyecto Zaragoza 16			PÁGINA 5 / 9
FIRMADO POR	CARGO FIRMANTE	FECHA FIRMA	ID. FIRMA	
IGNACIO JOSE AGUAR POLO	El/La Técnico/a	05/04/2019	5389228	

4. DOCUMENTACIÓN QUE SE PRESENTARÁ

4.1. Propuesta técnica

El licitador deberá presentar una propuesta técnica, que se someterá a valoración, que consistirá en una MEMORIA explicativa que contendrá los siguientes epígrafes:

1. CONTEXTUALIZACIÓN

Ya definida.

2. DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

Ya definidos. Ver punto 2.1.

3. DEFINICIÓN DE PÚBLICO OBJETIVO

Ya definidos. Ver punto 2.2.

4. EL MENSAJE

Ver ideas fuerza recogidas en el punto 2.3. que se traducirán en mensajes claros, concisos y directos a propuesta de la entidad licitadora.

5. LA ESTRATEGIA

6. LAS ACCIONES

(Operaciones basadas en la estrategia con el fin de alcanzar los objetivos marcados,

7. EL CALENDARIO

(cuándo se realizan cada una de las acciones)

8. CUADRO RESUMEN

Soporte / medio	Formato	Fecha	Observaciones
(Ej. Heraldo de Aragón, El Periódico de Aragón, Facebook, Instagram...)	(Ej. folletos, carteles, publicaciones en el muro de Facebook, historias de Instagram, videos, notas de prensa, dossieres...)		

9. METODOLOGÍA Y EQUIPO DE TRABAJO

(Herramientas de planificación y control de proyectos y equipo profesional dedicado al proyecto)

Documento firmado digitalmente. Para verificar la validez de la firma acceda a <https://www.zaragoza.es/verifica>

Ayuntamiento de Zaragoza - <http://www.zaragoza.es>



MTE5LZELMjAYOTQVDE\$

NOMBRE DOC.	Diseño, desarrollo e impulso del plan del comunicación proyecto Zaragoza 16			PÁGINA 6 / 9
FIRMADO POR	CARGO FIRMANTE	FECHA FIRMA	ID. FIRMA	
IGNACIO JOSE AGUAR POLO	El/La Técnico/a	05/04/2019	5389228	

4.2. Oferta económica

Deberá presentarse una sola oferta económica sin superar el presupuesto máximo previsto para este contrato.

Serán excluidos del procedimiento aquellos licitadores que oferten un importe superior al presupuesto de licitación.

5. CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN

Para la determinación de la oferta más ventajosa y la adjudicación del contrato se tendrán en cuenta los siguientes criterios de valoración que, sobre un máximo de **100 puntos**, serán aplicados a las ofertas presentadas.

CRITERIOS DE VALORACIÓN EVALUABLES MEDIANTE JUICIOS DE VALOR:

La propuesta técnica, la que se recoge en la MEMORIA se puntúa **hasta 49 puntos**.
De la forma que sigue:

EPÍGRAFES	PUNTUACIÓN
1. CONTEXTUALIZACIÓN Y definida.	0
2. DEFINICIÓN DE OBJETIVOS Ya definidos. Ver punto 2.1.	0
3. DEFINICIÓN DE PÚBLICO OBJETIVO Ya definidos. Ver punto 2.2.	0
4. EL MENSAJE Ver ideas fuerza recogidas en el punto 2.3.	Hasta 7
5. LA ESTRATEGIA	Hasta 3
6. LAS ACCIONES	Hasta 3
7. EL CALENDARIO	Hasta 2
8. CUADRO RESUMEN	Hasta 15
9. METODOLOGÍA Y EQUIPO DE TRABAJO	Hasta 9
10. BOCETO DE FOLLETO	Hasta 10
Total	Hasta 49

Documento firmado digitalmente. Para verificar la validez de la firma acceda a <https://www.zaragoza.es/verifica>

Ayuntamiento de Zaragoza - <http://www.zaragoza.es>



MTE5LZELMjAYOTQVDE\$

NOMBRE DOC.	Diseño, desarrollo e impulso del plan del comunicación proyecto Zaragoza 16			PÁGINA 7 / 9
FIRMADO POR	CARGO FIRMANTE	FECHA FIRMA	ID. FIRMA	
IGNACIO JOSE AGUAR POLO	El/La Técnico/a	05/04/2019	5389228	

CRITERIOS DE VALORACIÓN EVALUABLES DE FORMA AUTOMÁTICA

La oferta económica se puntúa hasta 51 puntos

Para la valoración se utilizará la fórmula:

$$P = P_{max} \times \sqrt{\frac{B}{B_{max}}}$$

P_{max} es la puntuación máxima asignada al precio por el Pliego

B_{max} es la mayor baja ofertada

B la baja correspondiente al licitador que se valora

Que cumple con los siguientes principios:

- A la oferta que vaya al tipo de licitación se le asigna 0 puntos.
- La oferta que contenga la baja más elevada debe de obtener la mayor puntuación.
- La fórmula cumple el principio de proporcionalidad, es decir, que hay proporcionalidad entre la bajada de precio y el número de puntos asignados a la misma.

6. PLAZOS, LUGAR Y FORMA DE PRESENTACIÓN DE LAS PROPUESTAS

El plazo de presentación de ofertas será de QUINCE DÍAS naturales contados a partir del siguiente al de la publicación del anuncio en el Perfil del Contratante de www.zaragoza.es finalizando a las 13, 00 horas del último día de plazo.

Las ofertas deberán presentarse a través de correo electrónico en forma de pdf a la dirección iaguar@zaragoza.es pudiendo hacerlo también de forma presencial en el Servicio de Juventud, Casa de los Morlanes, plaza de San Carlos nº4, 50001 Zaragoza, en un único sobre cerrado indicando el título del presente contrato en zona bien visible y deberá incluir la siguiente documentación:

- Oferta económica
- Memoria

7. PLAZO DE EJECUCIÓN

Mayo de 2019 hasta marzo de 2020

8. CONFIDENCIALIDAD DE LOS TRABAJOS Y PROTECCIÓN DE DATOS DE CARÁCTER PERSONAL

Todos los datos manejados por la empresa adjudicataria a causa de la prestación de los trabajos serán propiedad del Ayuntamiento de Zaragoza, sin que la empresa adjudicataria pueda utilizarlos con un fin distinto al que figura en el contrato de servicios.

La empresa adjudicataria quedará obligada al cumplimiento de lo dispuesto en la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal y en especial a sus artículos 10 y 12 y expresamente:

Documento firmado digitalmente. Para verificar la validez de la firma acceda a <https://www.zaragoza.es/verifica>

Ayuntamiento de Zaragoza - <http://www.zaragoza.es>



MTE5LZELMjAYOTQVDES

NOMBRE DOC.	Diseño, desarrollo e impulso del plan del comunicación proyecto Zaragoza 16			PÁGINA 8 / 9
FIRMADO POR	CARGO FIRMANTE	FECHA FIRMA	ID. FIRMA	
IGNACIO JOSE AGUAR POLO	El/La Técnico/a	05/04/2019	5389228	

- Deberá guardar la debida confidencialidad y secreto sobre los hechos, informaciones, conocimientos, documentos y otros elementos a los que tenga acceso con motivo de la prestación del servicio, sin que pueda conservar copia o utilizarlos para cualquier finalidad, incurriendo en caso contrario en las responsabilidades previstas en la legislación vigente.
- Informará a sus empleados de que solo pueden tratar la información del Ayuntamiento para cumplir los servicios objeto de este pliego y también de la obligación de no hacer públicos, ceder o enajenar cuantos datos conozcan.
- Incluirá una cláusula, de confidencialidad y secreto en los términos descritos, en los contratos laborales que suscriban los trabajadores destinados a la prestación del servicio objeto del presente pliego.

Todos los documentos que se generen a lo largo del contrato tienen carácter confidencial y no podrán ser total o parcialmente reproducidos en ningún medio o entregados a terceras personas sin la expresa autorización por escrito del director técnico designado por el Ayuntamiento de Zaragoza.

Documento firmado digitalmente. Para verificar la validez de la firma acceda a <https://www.zaragoza.es/verifica>

Ayuntamiento de Zaragoza - <http://www.zaragoza.es>



MTE5LZE1MjAYOTQVDE\$

NOMBRE DOC.	Diseño, desarrollo e impulso del plan del comunicación proyecto Zaragoza 16			PÁGINA 9 / 9
FIRMADO POR	CARGO FIRMANTE	FECHA FIRMA	ID. FIRMA	
IGNACIO JOSE AGUAR POLO	El/La Técnico/a	05/04/2019	5389228	