



**PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE ASISTENCIA TÉCNICA PARA LA “ELABORACIÓN PLAN DE COMUNICACIÓN 2018/2020 Y EJECUCIÓN DE LAS ACCIONES DE COMUNICACIÓN, MARKETING DIGITAL Y PUBLICIDAD 2018/2019”**

---

**EXPEDIENTE BI-201812**

**Índice de contenido**

1	INTRODUCCIÓN .....	4
2	PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO .....	7
2.1	DESCRIPCIÓN DE LOS TRABAJOS .....	7
2.2	HITOS Y ENTREGABLES .....	13
2.3	PLAZO DE EJECUCIÓN.....	13
2.4	EQUIPO DE TRABAJO.....	13
2.5	GESTIÓN, EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROYECTO .....	14
3	TIEMPO Y FORMA DE EJECUCIÓN .....	15
3.1	PLANIFICACIÓN Y DIRECCIÓN DE LOS TRABAJOS.....	15

**Nota:** Cualquier consulta en relación con el presente procedimiento de adjudicación debe dirigirse por correo electrónico a la dirección a [pctclm@pctclm.com](mailto:pctclm@pctclm.com), indicando:

Asunto: número de expediente

Cuerpo: nombre de la empresa, datos de la persona que realiza la consulta y texto de la consulta.

El plazo de recepción de consultas finalizará 3 días hábiles antes del fin del plazo de presentación de ofertas. PCTCLM no tendrá obligación de responder las consultas realizadas transcurrido dicho plazo.

## 1 INTRODUCCIÓN

---

El Parque Científico y Tecnológico de Castilla-La Mancha está gestionado por una Fundación del sector público cuyo fin es promover la construcción del entorno del Parque Científico y Tecnológico y desarrollar las actividades que implica ser una entidad de este calibre.

Dentro de los institutos que forman parte del Parque Científico y Tecnológico de Castilla-La Mancha se encuentra BILIB, el Centro de Apoyo Tecnológico de Castilla-La Mancha, quién será el encargado de gestionar las actuaciones que rigen el contrato para la “Elaboración de un plan de comunicación 2018/2020 y ejecución de las acciones de comunicación, marketing digital y publicidad 2018/2019”.

BILIB es a su vez un centro promovido por la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha cuya función es fomentar el uso de las nuevas tecnologías en Castilla-La Mancha, dinamizando el sector TIC de la región y potenciando la información y asesoramiento TIC a sus ciudadanos.

La misión de BILIB es hacer de Castilla-La Mancha una comunidad más tecnológica, competitiva y eficiente a través de proyectos que mejoran su capacidad de aprendizaje, innovación y desarrollo de las TIC.

Los **objetivos estratégicos de BILIB** son los siguientes:

- Facilitar el acceso a las TIC y la inclusión digital de los ciudadanos de Castilla-La Mancha
- Promocionar las nuevas tecnologías como herramienta clave para la innovación, crecimiento y mejora
- Generar nuevas oportunidades de negocio a través de la profesionalización del uso de las TIC
- Potenciar el desarrollo, distribución de servicios y productos de empresas TIC
- Consolidar la imagen del BILIB-JCCM como entidad de apoyo al sector TIC y a nuestra región como referente en el uso de las TIC

Entre el **público objetivo de BILIB** destacan dos segmentos

- Ciudadanos y emprendedores con necesidad de mejorar su formación tecnológica.
- Profesionales, autónomos, y empresas del sector TIC con necesidad de mejorar

tecnológicamente, aumentar sus fuentes de captación de clientes a través de los canales digitales y aumentar la competitividad a través de las TIC.

Algunos de los **proyectos prioritarios de BILIB** son los siguientes:

- [Plan de Dinamización de Centros de Internet y otras aulas TIC](#)
- [Plataforma MOOC de BILIB](#)
- [Red de Asesores Tecnológicos de Castilla-La Mancha](#)
- [Programa de Transformación y Evolución Digital](#)
- [Directorio de Empresas TIC de Castilla-La Mancha](#) y [servicio de Marketplace](#).

Los **objetivos de partida para el plan de comunicación de BILIB** son los siguientes:

- Objetivo principal: aumentar el número de usuarios y el alcance de los servicios ofrecidos por BILIB.
- Objetivos secundarios:
  - Dar a conocer los distintos servicios y actividades que desarrollar BILIB a los potenciales usuarios (especialmente a ciudadanos), tanto online como offline, aprovechando al máximo los recursos disponibles.
  - Potenciar una imagen atractiva del Centro.
  - Generar confianza entre los diferentes targets como centro de referencia para el desarrollo de capacidades tecnológicas a todos los niveles.
- Objetivos convergentes:
  - Más ciudadanos formados tecnológicamente + profesionales innovadores, eficientes y rentables gracias a la mejora de sus capacidades tecnológicas = Una Comunidad Autónoma más competitiva y con mayor capacidad de generación de bienestar social a todos los niveles,

Entre los **medios propios con los que cuenta BILIB** para su estrategia de comunicación destacan los siguientes:

1. Red de Centros de Internet de Castilla-La Mancha, con más de 450 centros y monitores en activo.
2. Red de Asesores TIC de Castilla-La Mancha formada por las principales entidades de apoyo a emprendedores y empresas.
3. Canal online de bilib: Portal web, Plataforma MOOC, redes sociales y BBDD de

contactos (12.000 contactos aproximadamente).

El presente pliego tiene por objeto la regulación de las condiciones técnicas que han de regir la contratación de la asistencia técnica para la elaboración de un plan de comunicación 2018-2020 para BILIB, diseño de un plan de acciones de marketing y publicidad 2018-2019 y la ejecución de la primera anualidad del plan de comunicación, marketing y publicidad.

El detalle de los diferentes trabajos que se deberán acometer en la prestación del Servicio se establece en los apartados siguientes.

El Servicio será ejecutado durante el 2018, tras la firma del Contrato conforme a los hitos previstos en el epígrafe 3.2 *Hitos y entregables* del presente Pliego de Prescripciones Técnicas.

El precio máximo de licitación será de VEINTIOCHO MIL NOVECIENTOS VEINTICINCO EUROS (28.925,00 €) más IVA.

## 2 PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO

### 2.1 DESCRIPCIÓN DE LOS TRABAJOS

BILIB desarrollará este proyecto hasta el 31 de diciembre 2018 y para ello requiere la contratación de una entidad que, mediante la aportación de sus propios recursos, elabore un plan de comunicación 2018-2020 para BILIB, diseñe un plan de acciones de marketing y publicidad 2018-2019 y ejecute la primera anualidad del plan de comunicación, marketing y publicidad. El objetivo de estos planes es facilitar la consecución de los objetivos y funciones encomendadas a BILIB por parte de la Dirección General de Telecomunicaciones y Nuevas Tecnologías de la Consejería de Fomento de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha.

El servicio a prestar se centrará en las siguientes áreas de trabajo:

- A) Análisis de los perfiles del público objetivo y necesidades TIC
- B) Elaboración de un plan de comunicación 2018-2020 y ejecución del plan durante el 2018
- C) Diseño un plan de acciones de marketing digital y publicidad para 2018-2019, y ejecución del plan de acciones de 2018
- D) Elaboración de diseños gráficos
- E) Elaboración de Dashboard y reporte de resultados

El adjudicatario deberá realizar los trabajos que se detallan a continuación.

#### A) ANÁLISIS DE LOS PERFILES DEL PÚBLICO OBJETIVO Y NECESIDADES TIC

El licitador deberá incluir en su oferta un análisis previo de los perfiles de público objetivo a los que se dirige BILIB definiendo sus posibles patrones de comportamiento, sus motivaciones, intereses, objetivos personales y laborales, oportunidades de alcance, etc.

Este trabajo se terminará de perfilar junto al equipo de BILIB y será clave para definir las estrategias a desarrollar en el Plan de Comunicación 2018 – 2020

#### B) ELABORACIÓN DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN 2018-2020 Y EJECUCIÓN DEL PLAN 2018

Para la elaboración del plan será necesario contemplar al menos las siguientes acciones:

- **Investigación:** Junto con el equipo de BILIB se definirán las necesidades de la organización, filosofía corporativa, puntos fuertes y débiles, oportunidades, sus mejoras a nivel de comunicación y relaciones públicas, además de completar la definición de sus principales públicos. Ésta información se resumirá en un análisis DAFO (debilidades, amenazas, fortalezas, oportunidades).
- **Planificación:** Partiendo de la información recogida se definirán los objetivos, la estrategia, las acciones y metas del plan de comunicación a desarrollar.
  - **Los objetivos:** Los objetivos tienen que ser específicos, realistas, medibles y alcanzables.
  - **La estrategia:** Definirá cómo alcanzar los objetivos propuestos. Pudiendo ser una estrategia diferente para cada objetivo o más de una estrategia para alcanzar cada objetivo.
  - **Las acciones:** Se incluirá la definición detallada de las acciones incluyendo el presupuesto aproximado para la realización de cada una de ellas en base al presupuesto del año 2018 y acordes a presupuestos estimativos para los años 2019 y 2020.
  - **KPIs:** Se incluirá una propuesta de indicadores clave para medir los resultados de las acciones y los resultados del plan.
  - **La meta:** Donde se definirá la última circunstancias y resultados que se obtendrán de la ejecución de las acciones de comunicación.
- **Ejecución:** El objeto del contrato contempla la ejecución de la primera anualidad del plan de comunicación a desarrollar (anualidad 2018).
- **Gabinete de comunicación:** Además de las acciones contempladas en el plan de comunicación para 2018, BILIB ha de informar a la sociedad de todas actividades que desarrolla. Por ello una de las principales tareas será la del gabinete de prensa que comunicará las acciones de la institución. El gabinete de comunicación actuará como órgano que informa a los medios. Pero no sólo debe informar al público externo, también deberá transmitir a los colaboradores de BILIB (Red de Asesores TIC, Red de Centros de Internet de CLM, Directorio de Empresas TIC de CLM) la información que llega desde el exterior a través de los medios informativos o por cualquier otro conducto.

El adjudicatario también deberá elaborar y gestionar al menos una nota de prensa mensual, desde el inicio del proyecto y hasta la finalización completa del servicio, relacionada con los proyectos y actuaciones desarrollados por BILIB y cualquier otro hecho noticiable. Asimismo, se encargará de hacer todo lo posible por su publicación en medios externos, tratando de conseguir una relación a largo plazo



con los medios de prensa.

También deberá desarrollar un dossier de prensa general sobre BILIB de utilidad para la labor de comunicación.

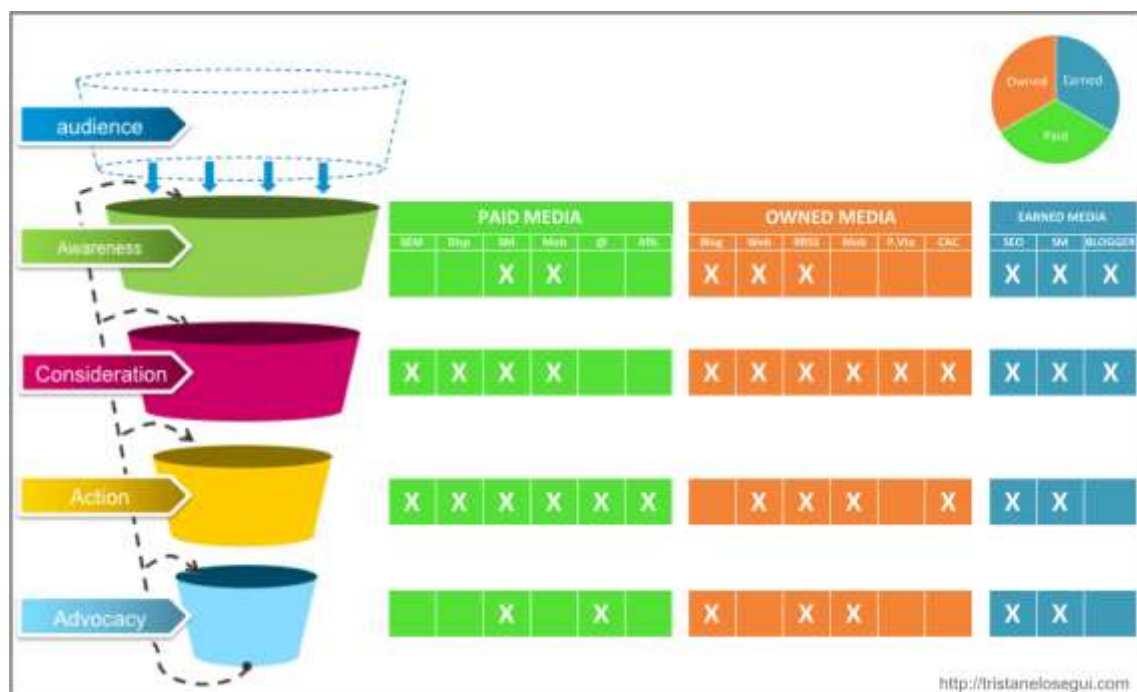
- **Redes Sociales:** BILIB dispone de cuentas en las siguientes redes sociales: facebook, twitter, google+, youtube, linkedin y slideshare. El adjudicatario tendrá que encargarse de su gestión y coordinación para conseguir un canal de comunicación abierto y eficiente con el que dar a conocer las actividades del Centro, se fideliza al usuario y se refuerza la imagen de marca.

BILIB dispondrá durante 2018 un servicio externo para la generación de contenidos relacionados con las TIC y su dinamización en redes sociales. El adjudicatario tendrá que coordinar y velar por la calidad del servicio, validar los entregables del proveedor y hacer seguimiento de los indicadores obtenidos.

**C) DISEÑO DE UN PLAN DE ACCIONES DE MARKETING Y PUBLICIDAD 2018/2019 Y EJECUCIÓN DEL PLAN EN 2018**

El licitador deberá incluir en su oferta una primera propuesta del plan de marketing de “mix media” (medios ganados, pagados y propios) para 2018 y 2019, priorizando la fase “Awareness”. Este documento debe recoger las estrategias de marketing digital, comunicación y publicidad a desarrollar durante 2018 y 2019, con un nivel de detalle adecuado, incluyendo el objetivo de la acción, estimación de horas de dedicación, presupuesto planificado para campañas, KPIs principales, etc.

Junto al plan deberá incluirse un resumen de la estrategia, siguiendo un estilo similar al siguiente:



*Framework para diseñar una estrategia online – Tristán Elósegui*

Podrán plantearse las estrategias que se estimen oportunas dentro del plan de marketing “mix media”, si bien deberán contemplarse al menos las referidas a continuación. Cualquier estrategia planteada deberá estar debidamente justificada desde el punto de vista del impacto en los resultados del plan y una estimación de los resultados.

- **Email Marketing:** BILIB dispone de una cuenta de Mailchimp con cerca de 12.000 contactos provenientes de las actividades realizadas en los últimos años (alumnos de la plataforma MOOC, usuarios de newsletter, alumnos de acciones presenciales y programa de evolución digital, usuarios que han pasado por el servicio de asesoramiento, directorio de empresas TIC, técnicos de la Red de Asesores, empresas TIC, ...).

El adjudicatario tendrá que generar al menos un boletín mensual, desde el inicio del proyecto y hasta la finalización completa del servicio, con contenidos de interés para los principales segmentos de usuario, informándoles de las novedades, servicios y proyectos de interés. Asimismo, tendrá que generar nuevas plantillas de email adaptadas a los segmentos objetivos y a los contenidos compartidos.

- **Plan de Medios:** Una de las estrategias clave para llegar al mayor número de posibles de ciudadanos de Castilla-la Mancha y aumentar el alcance de BILIB será la elaboración de un plan específico de medios pagados.

El licitador tendrá que incluir en su oferta un plan de medios detallado (objetivos generales y específicos de la campaña, KPIs, estimación del valor de los KPIs que se alcanzarán, canales, presupuesto...) con el que aumentar el “Alcance” de BILIB. Para elaborar este plan, el adjudicatario reservará al menos 8.250 € del presupuesto (IVA no incluido), para su ejecución.

Este plan contemplará, como mínimo, la planificación de 3 campañas:

- Centros de Internet de Castilla-La Mancha: <https://www.bilib.es/centros-de-internet/plan-de-dinamizacion/>
  - Plataforma de formación BILIB: <http://formados.bilib.es/>
  - Red de Asesores Tecnológicos: <http://www.redasesorestic.es/>
- **Creatividades publicitarias para las campañas en Plan de Medios:** BILIB requiere el diseño del material gráfico publicitario o cualquier otro tipo de creatividad necesaria para la realización de las campañas, entre otras: Red de Asesores Tecnológicos, Centros de Internet de Castilla-La Mancha y Plataforma de formación BILIB.

- **Estrategia de referidos:** Cualquier oferta en esta área será valorada en el conjunto del plan de marketing y publicidad.
- **Marketing de contenidos:** Durante 2018 BILIB tiene contratado un servicio de marketing de contenidos que incluye la elaboración de 40 nuevos contenidos y 100 nuevos eventos TIC para su publicación en el portal web. Cualquier oferta añadida en esta área será valorada en el conjunto del plan de marketing y publicidad.

#### D) ELABORACIÓN DE DISEÑOS GRÁFICOS

El adjudicatario también deberá ejecutar las siguientes actuaciones en materia de diseño gráfico.

- **Evolución del portal web de BILIB:** El adjudicatario deberá elaborar durante la ejecución del contrato una propuesta para el refinamiento de la actual web de BILIB orientado a la visibilidad de los proyectos clave, mejora de la usabilidad y la conversión. Para ello elaborará un documento funcional y con la nueva arquitectura de la información, diseños gráficos, copys y autoresponders para los formularios de la web de BILIB. Junto a este documento se entregará un diseño en PSD de las páginas definidas en la nueva Arquitectura de la Información. Cada archivo .psd entregado tendrá las siguientes características:
  - 72ppp, RGB.
  - Elementos agrupados por capas, para facilitar su extracción en el diseño web.
  - Separación de texto e imágenes. Todas las capas de texto serán independientes.
  - Cuando un elemento de la web tenga diferentes estados, como, por ejemplo, botones y menús, se facilitará el diseño gráfico de cada uno de los estados.

El nuevo diseño de la web en su versión para escritorio deberá ser a pantalla completa, de forma que el contenido de las páginas ocupe el ancho completo de la pantalla del navegador.

- **Diseño gráfico para el Programa de Evolución Digital 2019:** BILIB requiere el diseño del material promocional del Programa de Transformación y Evolución Digital 2019: banners promocionales para las distintas redes sociales, banner web de BILIB, fondo de escritorio, diseño email promocional, kit para participantes y certificado para alumnos y empresas participantes. Se entregará un diseño en PSD para cada uno de los elementos. Cada archivo .psd entregado tendrá las siguientes características:
  - 72ppp, RGB.
  - Elementos agrupados por capas, para facilitar su extracción en el diseño web.

- Separación de texto e imágenes. Todas las capas de texto serán independientes.
- Cuando un elemento de la web tenga diferentes estados, como por ejemplo, botones y menús, se facilitará el diseño gráfico de cada uno de los estados.
- **Memoria de actividades:** BILIB elabora desde los últimos 5 años una [memoria de actividades](#) que recoge las actuaciones desarrollada por BILIB, los resultados más destacados y su evolución. El adjudicatario deberá elaborar una memoria anual, siguiendo el estilo actual, que recoja los resultados anuales de BILIB, potenciando el diseño de una memoria “atractiva” que facilite su lectura y difusión. También debe elaborar una infografía con un resumen de todos los indicadores clave y una nota de prensa para su distribución a los medios.
- **Diseño y elaboración de material corporativo para usar en actuaciones presenciales:** Cualquier oferta en esta área será valorada en el conjunto del plan de marketing y publicidad.

#### E) ELABORACIÓN DE DASHBOARDS Y REPORTE DE RESULTADOS

El licitador tendrá que incluir en su oferta los cuadros de mando necesarios para el correcto seguimiento de las actuaciones que facilite el análisis de resultados y la toma de decisiones. Estos dashboards deben incluir al menos la siguiente información: KPIs segmentados por fuente y por fase del “*funnel*”, rendimiento de las campañas y alcance de marca. Los resultados serán reportados y analizados como mínimo trimestralmente.

Las propuestas que ofrezcan características inferiores y que no cubran estos mínimos, no serán tomadas en consideración en el presente procedimiento de adjudicación.

El adjudicatario deberá aportar los conocimientos, metodologías y recursos necesarios para asegurar un resultado óptimo.

Los licitadores podrán ofertar mejoras que deberán orientarse en relación al periodo de ejecución del servicio para ampliar el servicio de ejecución del plan de comunicación, marketing y publicidad con posterioridad al 31 de diciembre del 2018. En ningún caso se valorarán mejoras superiores a 6 meses sobre el periodo mínimo establecido (31 de diciembre de 2018).

## 2.2 HITOS Y ENTREGABLES

ID	Hito	Entregables	Planificación prevista
E1	Puesta en marcha del plan de comunicación, marketing y publicidad 2018	- Propuesta final del plan de comunicación, marketing y publicidad a ejecutar en 2018 - Cronograma de trabajo - Cuadro de Mando	15 días tras el inicio del contrato
E2	Seguimiento del proyecto	- Informe y evaluación de resultados	Trimestralmente
E3	Finalización del servicio	- Propuesta anual de actualización del portal web de bilib - Memoria de actividades - Otros diseños gráficos - Plan de Comunicación 2018-2020 - Evaluación de resultados	15 días antes de la finalización del servicio

## 2.3 PLAZO DE EJECUCIÓN

El objeto del contrato debe estar completamente finalizado antes de 31 de diciembre de 2018.

El proyecto deberá ser presentado por los licitadores con una planificación de acuerdo a esta duración.

## 2.4 EQUIPO DE TRABAJO

El adjudicatario deberá llevar a cabo sus tareas mediante un equipo multidisciplinar, estable, con amplia experiencia en la realización de proyectos similares al ofertado. El equipo de trabajo estará dirigido por un Director de proyecto, designado por el adjudicatario, que actuará como único interlocutor ante BILIB, quien actuará como responsable de la elaboración y entrega de los trabajos, así como todas aquellas funciones a la buena marcha del servicio.

Para el presente contrato será necesario contar al menos con los siguientes perfiles profesionales:

- Director de proyecto
- Especialista en UX y CRO
- Especialista en campañas de marketing digital
- Especialista en comunicación con experiencia en canales online
- Analista web
- Community manager

- Diseñador gráfico con experiencia en diseño web de alto rendimiento

## **2.5 GESTIÓN, EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROYECTO**

Se debe proponer una metodología detallada para la gestión y seguimiento del proyecto que se utilizará para la coordinación del proyecto y el seguimiento de los trabajos entre el adjudicatario y BILIB.

- Deben estar bien definidos los flujos de información entre los actores implicados durante todas las fases del desarrollo del Proyecto.
- Detalle de las fases del proyecto: Inicio y Planificación, Ejecución y Control y Cierre del Proyecto.
- Detalle de la metodología para gestión diaria del proyecto: procedimientos a usar: reportes en cuanto a contenido y frecuencia, reuniones, KPIs a establecer y su seguimiento, gestión de recursos, gestión de incidencias y sistema de información para seguimiento del proyecto por parte del Director Técnico de Bilib.

Se deberá realizar como mínimo las siguientes reuniones a lo largo del proyecto:

- Reunión de inicio de proyecto. Formato presencial.
- Reunión mensual de seguimiento del proyecto. Formato presencial u online.
- Reunión de análisis de requisitos funcionales plataformas cloud. Formato presencial.
- Reunión de cierre de proyecto. Formato presencial.

El Director de Proyectos asignado por el adjudicatario deberá levantar actas de las mismas.

### 3 TIEMPO Y FORMA DE EJECUCIÓN

---

#### 3.1 PLANIFICACIÓN Y DIRECCIÓN DE LOS TRABAJOS

Corresponde a BILIB la supervisión, planificación general y dirección de los Servicios, proponer las modificaciones convenientes o, en su caso, proponer la suspensión de los mismos si existiese causa suficiente motivada.

A tal efecto BILIB designará un responsable del contrato cuyas funciones en relación con el presente Pliego serán:

- Velar por el cumplimiento de los trabajos exigidos y ofertados.
- Coordinar las acciones con el responsable de cada trabajo que asigne el adjudicatario para la buena marcha del servicio.
- Dar, en su caso, las instrucciones necesarias al personal que realice el trabajo de campo, sin perjuicio de las funciones que también deba desempeñar por indicación del responsable que asigne el adjudicatario.
- La supervisión final de todos los trabajos realizados por el adjudicatario en ejecución del contrato.
- La aceptación del informe final de los trabajos.

El adjudicatario designará un Director de Proyecto que será el único interlocutor válido para todas las tareas de planificación, dirección y seguimiento de las actuaciones contempladas en el presente Pliego. Asimismo, el adjudicatario será el encargado de dirigir a los medios personales que realicen el servicio de apoyo para la administración propia de los recursos.

BILIB, a través del Director Técnico podrá fijar reuniones con el Director de Proyecto con el fin de determinar, analizar y valorar las incidencias que, en su caso, se produzcan en la ejecución del Contrato.

El Director de Proyecto designado por el adjudicatario deberá asistir a las reuniones establecidas en el punto “2.5 GESTIÓN, EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROYECTO” y aquellas a las que convoque el Director Técnico y levantar acta de las mismas.

Director General de la Fundación Parque Científico y Tecnológico de Castilla-La Mancha.