

## **PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS**

### **ÍNDICE DE CARACTERÍSTICAS DEL CONTRATO**

1. Objeto y antecedentes
2. Alcance y condiciones de ejecución
  - 2.1. Objetivos de comunicación y público objetivo.
  - 2.2. Estrategia y acciones de comunicación online y offline.
  - 2.3. Entregables y plazos de ejecución.
3. Condiciones de pago

## 1. OBJETO Y ANTECEDENTES

SODEBUR, a través de su departamento de Cooperación Institucional, y en base a la aprobación del proyecto europeo “**AGROTOUR SUDOE: Agroturismo sostenible para el desarrollo socioeconómico y protección ambiental en el espacio SUDOE**” S1/4.6/F0015, en la 1ª convocatoria del Programa de Cooperación INTERREG SUDOE (2021-2027), precisa la contratación de una agencia de comunicación de soporte al conjunto de socios de dicha iniciativa, para dar obligado cumplimiento a las acciones establecidas en estos términos por dicho Programa.

El proyecto AGROTOUR SUDOE permitirá aglutinar las capacidades y conocimientos del espacio SUDOE para el **desarrollo de experiencias piloto innovadoras que contribuyan a un mayor acercamiento entre la sociedad urbana y rural, al tiempo que favorecen un cambio de paradigma en el consumidor en relación tanto con los productos turísticos en sí mismos como con los productos agroalimentarios** (valor añadido de los productos locales, cadenas cortas de suministro, productos de temporada, etc.). Dichas experiencias serán diseñadas, monitorizadas y evaluadas por expertos a nivel académico, de forma que su resultado sea objetivo y transferible a las políticas públicas correspondientes.

Dicha iniciativa tiene una duración de **tres años** (01/01/2024 – 31/12/2026) y está compuesto por un consorcio de **9 entidades (Francia, Portugal y España)**.

- 1.- Cámara de Agricultura de Dordoña (Francia).
- 2.- Comité Regional de Turismo de la Región Occitana (Francia).
- 3.- Cámara de Agricultura de Ariège (Francia).
- 4.- Sociedad para el desarrollo de la provincia de Burgos (SODEBUR) – Responsable comunicación.
- 5.- Consorcio Reserva Biosfera Ordesa-Viñamala.
- 6.- Fundación Ávila.
- 7.- Universidad de Salamanca.
- 8.- Comunidad Intermunicipal de Ave (Portugal).
- 9.- Comunidad Intermunicipal de Viseu (Portugal).

El proyecto consta de **3 grupos de tareas específicos**:

- GT1. Diagnóstico, activación de actores y definición del modelo agroturístico.
- GT2. Experimentación piloto y evaluación integral.
- GT3. Dispositivo de conocimiento y desarrollo de oportunidades.

Y *un grupo de tareas transversal* (gestión de proyecto).

## 2. ALCANCE Y CONDICIONES DE EJECUCIÓN

El alcance de la presente licitación es la **contratación de una agencia de comunicación de soporte (en tres idiomas: español, francés y portugués) a los socios del proyecto AGROTOUR SUDOE**, en cumplimiento de los compromisos adquiridos, en estos términos, con el Programa Interreg SUDOE.

En este sentido, las actividades de comunicación de los proyectos Interreg tienen como objetivo promover una mayor visibilidad y una mayor transparencia de la utilización de los fondos FEDER de la Unión Europea, pero también demostrar el valor añadido de la cooperación europea para los ciudadanos y los territorios.

## 2.1. Objetivos de comunicación y público objetivo

- *GT1. Diagnóstico, activación de actores y definición del modelo agroturístico.*

Las actividades de comunicación del GT1 tendrán el objetivo principal de **activar a los actores relevantes a nivel local**, de forma que se sientan partícipes del proyecto y colaboren a lo largo de su implementación y una vez concluido. Por lo tanto, *las actividades de comunicación adoptarán un enfoque basado en la idea de generar interés acerca del proyecto, que posteriormente se traducirá en participación en las actividades y asimilación de resultados*. Por ello, todos los beneficiarios colaborarán activamente en las actividades de comunicación en relación con su contexto local y regional.

Así, las acciones de activación de los actores locales se dirigirán, prioritariamente, a los siguientes tipos de **entidades**: autoridades públicas competentes en materia turística, agencias de desarrollo local y rural, grupos de desarrollo rural LEADER, cooperativas agrarias, asociaciones de productores, consejos reguladores de Denominaciones de Origen Protegidas, fundaciones y asociaciones de la sociedad civil, productores agrícolas que ofrezcan servicios de agroturismo y empresas de distribución turística.

- *GT2. Experimentación piloto y evaluación integral.*

Las actividades de comunicación planteadas en el GT2 se encaminarán a la **difusión de los resultados de las experiencias piloto de agroturismo**, así como en transformar el interés generado en el proyecto en una amplia participación en las actividades de transferencia que se prevén como parte del GT3. Dado que cada una de dichas experiencias responde a una temática concreta, pero al mismo tiempo complementaria del resto, será necesario adaptar el enfoque de la comunicación a las expectativas e intereses de los públicos objetivos relacionados con cada una de las experiencias.

Se considerarán los siguientes **tres públicos objetivo** principales:

- Entidades interesadas en los resultados a nivel práctico: productores agrícolas, sindicatos agrarios, consejos reguladores de D.O.P., empresas turísticas, etc.
- Entidades interesadas en los resultados teóricos o académicos: universidades, centros de investigación, asociaciones y fundaciones, etc.
- Actores públicos competentes en materia turística, agrícola y de conservación del patrimonio cultural y natural.

En esta línea, se prevé específicamente la realización de una **experimentación en torno al marketing digital e inteligencia artificial aplicada a la promoción agroturística**. Todas las entidades responsables de una experiencia piloto pondrán en marcha acciones de marketing digital mediante la difusión de mensajes de alta calidad a través de redes sociales, blogs turísticos o gastronómicos o medios especializados (*en coordinación y bajo la supervisión del adjudicatario del presente contrato*). En una segunda fase, se utilizarán herramientas de aprendizaje automático (IA) para la refinación de los contenidos y su individualización en función de distintas categorías de visitantes potenciales. Aunque los contenidos serán adaptados a cada piloto, se seguirán unas pautas comunes para asegurar la coherencia entre ellas. Finalmente, en este sentido y con carácter transversal, se llevará a cabo una actividad de optimización de la comunicación, visibilidad y promoción agroturística, en el marco de las experiencias piloto desarrolladas, a través de un testeo de diversas actividades de marketing digital.

➤ **GT3. Dispositivo de conocimiento y desarrollo de oportunidades.**

En el marco del GT3, las actividades de comunicación buscarán **reforzar la estrategia de transferencia y maximizar la capacidad del proyecto de lograr una mejora concreta y sostenible en el espacio SUDOE**. De esta forma, los públicos objetivos principales serán:

- Productores agroalimentarios y empresas turísticas de los territorios participantes: con el objetivo de promover el desarrollo de iniciativas de agroturismo que integren las conclusiones del proyecto.
- Productores agroalimentarios de otros territorios del espacio SUDOE: las actividades de comunicación tendrán un papel muy relevante en apoyar la transferencia de los resultados del proyecto a otros territorios.
- Autoridades públicas o agencias competentes en materia turística y agrícola: las actividades de comunicación buscarán reforzar el enfoque estratégico del proyecto, a través de la amplia difusión de la estrategia de desarrollo del agroturismo.
- Profesionales del sector turístico, interesados en acceder a la base de conocimiento transnacional generada en materia de calidad, indicadores, formación y desarrollo rural, entre otras.

## 2.2. Estrategia y acciones de comunicación online y offline

**Todos los trabajos, así como los materiales generados en el marco del presente proyecto y en base a la presente licitación, se llevarán a cabo en las tres lenguas oficiales de los socios del proyecto AGROTOUR SUDOE: francés, portugués y español. La traducción será por cuenta del adjudicatario.**

De conformidad con el objeto y alcance del presente contrato, así como con los objetivos de comunicación por Grupo de Tareas detallados en el apartado anterior, se realizarán, las siguientes **actuaciones**:

### 2.2.1 Elaboración de la estrategia de comunicación del proyecto AGROTOUR SUDOE.

Documento para garantizar la coherencia entre los objetivos de la comunicación, los destinatarios a los que se dirigirá, el mensaje a difundir y un reparto de responsabilidades entre los socios participantes. Igualmente, debe incluir los medios y canales de comunicación más adecuados, teniendo en cuenta las limitaciones que deben respetarse como la planificación, el presupuesto, las obligaciones impuestas por los reglamentos europeos...

Esta estrategia deberá ser un documento vivo, que será revisado en el marco de las actividades anuales de seguimiento y evaluación de proyectos por parte de la Secretaría Conjunta del Programa Interreg SUDOE.

- ✓ El logotipo personalizado del proyecto, así como un modelo de cartel con la información MÍNIMA necesaria que debe mencionarse (y que debe ser expuesto en lugar visible de las instalaciones de cada uno de los socios) serán proporcionados por el Programa Interreg SUDOE.

- ✓ Será responsabilidad del adjudicatario el **diseño de un manual de imagen**, con respecto a todas las exigencias del Programa Interreg SUDOE, incluyendo plantillas de trabajo en diferentes formatos (Word, Power Point...).

### 2.2.2 Acciones de **comunicación online** del proyecto AGROTOUR SUDOE.

- ✓ Supervisión y actualización periódica y creación de contenido para la **página web** proyecto AGROTOUR SUDOE: socios, agenda de eventos, noticias, resultados, diseño de entregables, entrevistas a socios y expertos del sector o nuevas funcionalidades elaborados en el marco de dicha iniciativa...

*Los costes de creación y alojamiento del sitio web están cubiertos y serán proporcionados por el Programa Interreg SUDOE.*

- ✓ Puesta en marcha, supervisión y actualización del contenido de las cuentas de **redes sociales** del proyecto que se consideren más adecuadas, en aras al cumplimiento de los objetivos previstos en la estrategia de comunicación (Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram...).
  - Se incluirán etiquetas que relacionen y sirvan de llamamiento a otras entidades e iniciativas similares.
  - Las redes sociales tendrán dos publicaciones semanales (mínimo), generadas con el apoyo de los socios.
  - Se establecerá el método de análisis para contabilizar estadísticas de uso.
- ✓ Preparar estrategias y campañas de difusión segmentadas para los diferentes públicos objetivos en función del evento: autoridades públicas, sector agroalimentario, sector turístico, ciudadanía en general....
- ✓ Desarrollo de materiales audiovisuales de hitos y resultados concretos del proyecto.

### 2.2.3 Acciones de **comunicación offline** del proyecto AGROTOUR SUDOE.

- ✓ Redacción de informes, notas de prensa, entrevistas, boletines...
- ✓ Diseño de material físico de soporte a la comunicación/difusión.
- ✓ Preparar estrategias y campañas de difusión segmentadas para los diferentes públicos objetivos: autoridades públicas, sector agroalimentario, sector turístico, ciudadanía en general....

Igualmente, será responsabilidad de la agencia de comunicación seleccionada, el desarrollo de las siguientes tareas:

- Apoyar al responsable de comunicación, técnico designado a tal efecto por SODEBUR, en las tareas de coordinación de las cuestiones de difusión y comunicación con los socios del proyecto y con la Secretaría Técnica del Programa Interreg SUDOE.
- Coordinación y ejecución, en coordinación con los socios del proyecto y bajo la supervisión del responsable de comunicación – SODEBUR, todas las actividades de comunicación del proyecto previstas en la estrategia.

- Asesoramiento general para que los procedimientos de comunicación y verificación de los beneficiarios del proyecto cumplan los requisitos de visibilidad (branding) exigidos por el Programa Interreg SUDOE y de acuerdo a la normativa vigente (Anexo IX del Reglamento UE 2021/1060).
- Garantizar que la información compartida en los distintos canales de difusión del proyecto sea coherente con la estrategia de comunicación.

## **2.3. Entregables y plazos de ejecución**

### **2.3.1 Estrategia de comunicación** del proyecto AGROTOUR SUDOE.

- Entregable: Estrategia de comunicación con manual de imagen (plantillas documentos trabajo).
- Plazo de ejecución: 15/09/2024.

### **2.3.2 Acciones de comunicación online.**

#### **2.3.2.1 Página web**

- Entregables:
  - Página web en tres idiomas del proyecto con toda la información del proyecto, incluidos información básica de socios. 01/09/2024.
  - Actualización continua y dotación de contenido de la misma, hasta 31 de diciembre de 2026.

#### **2.3.2.2 Redes sociales**

- Entregables:
  - Cuentas activas en redes sociales, a definir junto con el responsable de comunicación del proyecto. 01/09/2024.
  - Actualización continua y dotación de contenido de las mismas, hasta 31 de diciembre de 2026.

**2.3.2.3 Desarrollo de materiales audiovisuales:** en función de lo requerido y acordado con el resto de socios, a lo largo del proyecto y hasta 31 de diciembre de 2026.

### **2.3.3 Acciones de comunicación offline.**

**2.3.3.1 Notas de prensa** de los hitos más significativos del proyecto (reuniones de socios, evento final de difusión de resultados...) y seguimiento del impacto en medios de comunicación: hasta 31 de diciembre de 2026.

**2.3.3.2. Cartel con información sobre el proyecto:** se finalizará la edición del cartel proporcionado por el Programa Interreg SUDOE, en el caso de ser necesario y será distribuido a los socios, en sus respectivos idiomas, para su impresión y colocación en lugar visible de sus instalaciones.

**2.3.3.3. Roll-up del proyecto:** será utilizado en los eventos propios del proyecto, visitas de estudio...

- Se definirá el diseño, que deberá ser consensuado por todo el partenariado.
- Se proporcionará la versión digital en 3 idiomas (ES, PT, FR), debiendo éste incluir la imagen gráfica del proyecto, así como cumplir con los requerimientos en términos de comunicación establecidos por el Programa Interreg SUDOE.
- Se proporcionará una unidad empresa a SODEBUR, a cargo de la empresa adjudicataria (medidas en torno a 850 x 2.060 mm). El roll-up deber ser reutilizable y transportable. Fecha de entrega: 15/09/2024.

Igualmente, a la **finalización del contrato**, la empresa adjudicataria deberá presentar una memoria resumen explicativa y justificativa de las acciones realizadas (y resultados obtenidos) durante toda la vida del servicio prestado (junto con clipping de prensa).

### 3. CONDICIONES DE PAGO

Una vez finalizado el trabajo contratado y acreditado su correcto cumplimiento, SODEBUR solicitará al adjudicatario la emisión de las correspondientes facturas, debiendo emitirse de conformidad con las disposiciones vigentes, la numeración seriada, fecha de expedición, descripción detallada de los trabajos realizados, N.I.F. del expedidor y destinatario y el I.V.A. repercutido.

SODEBUR realizará la liquidación del importe contratado de **manera bimestral (pagos de iguales importes respecto a la oferta económica presentada)**, mediante la correspondiente transferencia a la cuenta corriente del adjudicatario, indicada en la *Ficha de Alta de datos bancarios* (Anexo IV) que adjuntará a las facturas. Dichas facturas deberán ir acompañadas por un informe de ejecución de las tareas realizadas y resultados obtenidos en el periodo en cuestión.

Toda la documentación requerida deberá ser registrada en la sede electrónica de la Diputación de Burgos, en el siguiente enlace:

[https://registro.diputaciondeburgos.es/sta/CarpetaPublic/doEvent?APP\\_CODE=STA&PAGE\\_CODE=CATALOGO&DETALLE=6269001104556252607194](https://registro.diputaciondeburgos.es/sta/CarpetaPublic/doEvent?APP_CODE=STA&PAGE_CODE=CATALOGO&DETALLE=6269001104556252607194)



**Expediente nº:** SODEBUR 058-24

**Tipo:** Contrato de servicios.

**Procedimiento:** Abierto Simplificado (Tramitación Sumaria)

**Asunto:** Agencia de Comunicación Proyecto AGROTOUR  
SUDOE

*Pliego de Prescripciones Técnicas (PPT)*

Las facturas que se emitan deberán incluir la codificación en términos del Directorio Común de Unidades Orgánicas y Oficinas (DIR3) establecida por el Ministerio de Hacienda y Función Pública.

**Dir3:** LA0008365

CRIPTOLIB\_CF\_Firma paso 1

Fdo. Ricardo Pizarro Villanueva  
Director-Gerente

***Sociedad para el desarrollo de la provincia de Burgos***

