SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y EL CONOCIMIENTO CONSORCIO FERNANDO DE LOS RÍOS

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS QUE RIGE LA LICITACIÓN, MEDIANTE PROCEDIMIENTO ABIERTO, DE LOS SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA ESPECIALIZADA PARA LA GESTIÓN Y DINAMIZACIÓN DE LA RED SOCIAL GUADALINFO Y PUESTA EN MARCHA DE ACCIONES VINCULADAS A LA DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DEL "PROYECTO GUADALINFO" (expediente 16/2010)

1. INTRODUCCCIÓN

2. OBJETO.

3. REQUISITOS DE SOLVENCIA TECNICA

4. TRABAJOS DEL LOTE 1. DESCRIPCIÓN DE LOS SERVCIOS A REALIZAR.

5. TRABAJOS DEL LOTE 2. DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS A REALIZAR.

6. TRABAJOS DEL LOTE 3. DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS A REALIZAR.

7. TRABAJOS DEL LOTE 4. DESCRIPCIÓN DE LOS SUMINISTROS A REALIZAR.

8.- ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO

9.- DIRECCIÓN DEL PROYECTO.

10.- PROPIEDAD DE LOS TRABAJOS.

11.- CONFIDENCIALIDAD DE LOS TRABAJOS.

12.- PLAZOS Y PENALIZACIONES.

13.- CALIDAD.

14.- ACEPTACIÓN DE LOS TRABAJOS Y SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA.

15.- CRITERIOS DE VALORACIÓN.

16.- PRECIO DEL CONTRATO Y MODELO DE OFERTA ECONÓMICA.

17.- INFORMACIÓN DE BASE.

18.- CONTENIDO DE LA OFERTA TÉCNICA A PRESENTAR POR LOS LICITADORES.

ANEXOS

1. INTRODUCCCIÓN.

En la sociedad actual y teniendo presente la situación de nuestra sociedad ante el desarrollo de las Tecnologías de la información y el conocimiento, los mayores esfuerzos de las Administraciones Públicas están siendo los de poner en marcha iniciativas para eliminar la brecha digital y favorecer la convergencia tecnológica entre la ciudadanía en general y los colectivos tecnológicamente vulnerables en particular, (mujeres, personas mayores, inmigrantes, personas dependientes y/o con discapacidad, etc.), siendo estos últimos los que mayores dificultades presentan en el acceso y uso de las TIC.

El acceso a la información y el conocimiento a través de las Tecnologías de la Información y la Comunicación se convierte en algo fundamental tanto para el desarrollo personal como para el de la propia sociedad: quedar al margen del avance tecnológico se convierte en una forma más de exclusión social a la que los poderes públicos han de hacer frente. La tarea de construir una sociedad más inclusiva y la misma lucha contra la exclusión social y tecnológica, es un reto al que socialmente se debe contribuir de manera activa, movilizando recursos hacia la superación de la brecha digital y cognitiva.

Como parte de este proceso de convergencia y transformación, el Consorcio para el Desarrollo de la Sociedad de la Información y el conocimiento "Fernando de los Ríos", entidad de Derecho Público participada por la Consejería de Economía, Innovación y Ciencia, y las 8 diputaciones de Andalucía, tiene como misión la plasmada en el Plan Estratégico Guadalinfo 2009/2012:

"Tenemos un Plan" (www.guadalinfo.es/tenemosunplan), es el plan con el que Guadalinfo se propone aportar valor al proyecto trabajando para conseguir una mayor implicación de la ciudadanía, las instituciones y el resto de actores protagonistas del conjunto de la transformación de un territorio.

Las nuevas directrices del proyecto están recogidas en el Plan Estratégico 2009/2012 (www.guadalinfo.es/tenemosunplan), en el que se fijan cinco objetivos a alcanzar al final de esta nueva fase:

- Asegurar que todos los ciudadanos y ciudadanas de Andalucía conocen las posibilidades y oportunidades de la red, a través de procesos de aprendizaje y adaptación.
- Asegurar que los ciudadanos y ciudadanas se implican en la construcción de una Andalucía sostenible.
- Participar activamente en un mundo que es global.
- Posibilitar la plena accesibilidad de los andaluces y las andaluzas, asegurando la eliminación de barreras tecnológicas.
- Desarrollar el espacio de la innovación mediante la creación del espacio social "Guadalinfo" como mecanismo fundamental para el crecimiento de la productividad, la competitividad y el desarrollo sostenible.

“CONOZCO, PARTICIPO, ME IMPLICO”: este es el objetivo principal. Conseguir que las personas conozcan las características y posibilidades que hay en su entorno, que se impliquen de manera masiva y que participen decididamente para contribuir a su transformación, consolidación y expansión.

Incide directamente de la Nueva Estrategia Guadalinfo en esta licitación la línea estratégica sobre **la promoción y la difusión de la imagen de Andalucía** en la economía global como un lugar privilegiado gracias a los procesos de innovación que se producen en nuestra región.

En este contexto el Consorcio “Fernando de los Ríos” se enfrenta al reto de desarrollar los programas de fomento de la Sociedad de la Información y el conocimiento que le han sido encomendados, bajo unos criterios de eficiencia y eficacia, transparencia, coordinación y control que le permitan conseguir la excelencia en el desempeño de sus funciones. El apoyo del Consorcio “Fernando de los Ríos” a la dotación de infraestructuras y medios en el marco de la Administración Pública para el impulso de la sociedad de la información continúa surtiendo un deseado efecto tractor para el desarrollo de la sociedad andaluza y su integración en las TIC.

Igualmente, la Nueva Estrategia Guadalinfo contiene la línea estratégica que identifica a la Administración como el motor del cambio que propicie mejores servicios para la ciudadanía en el ámbito de las TIC, así como su compromiso en que estos servicios sean de una alta calidad. Esta línea también se refleja en el interés de la presente licitación al facilitar el acceso a la Sociedad de la Información de calidad y de forma igualitaria a todos los andaluces y las andaluzas.

En consecuencia, el Consorcio “Fernando de los Ríos” precisa contratar, a través del presente pliego de prescripciones técnicas, los servicios de asistencia técnica especializada para la definición y puesta en marcha del plan estratégico de comunicación y promoción del “Proyecto Guadalinfo”.

2. OBJETO.

El objeto de la presente licitación es la contratación, por parte del Consorcio para el Desarrollo de la Sociedad de la Información y el conocimiento "Fernando de los Ríos”, (en adelante, “El Consorcio”), de determinados servicios y suministros destinados a la prestación de un servicio de asistencia técnica especializada para la gestión y dinamización de la red social Guadalinfo y la puesta en marcha de acciones vinculadas a la difusión y promoción del “Proyecto Guadalinfo”.

El objeto del concurso a efectos de la contratación se divide **EN CUATRO LOTES:**

LOTE 1: SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA PARA LA DEFINICIÓN Y PUESTA EN MARCHA DE ACCIONES VINCULADAS A LA DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DEL PROYECTO “GUADALINFO”.

Los trabajos objeto del lote 1 se resumen en los siguientes servicios:

- Elaboración de un plan estratégico de comunicación y promoción, del proyecto Guadalinfo, atendiendo las iniciativas ya creadas y puestas en marcha en el marco del mismo.
- Desarrollo de un plan de medios y un plan de acción para la mejora del posicionamiento, tráfico y visibilidad de usuarios/as de la plataforma Guadalinfo
- Desarrollo, planificación, producción y coordinación de contenidos para ser emitidos a través de un canal de TV IP, implementado en la web de Guadalinfo.es.
- Diseño de las diferentes actuaciones contempladas en el plan estratégico de comunicación y plan de medios.
- Calendarización de las acciones descritas en el plan.
- Producción hasta su puesta en marcha de las acciones descritas y calendarizadas en el plan.
- Coordinación y dirección técnica de las iniciativas de comunicación, promoción y plan de medios.
- Seguimiento y evaluación de las acciones definidas en el plan estratégico de comunicación, promoción y plan de medios.
- Elaboración de un plan de comunicación 2.0 y de organización en Red para el Consorcio "Fernando de los Ríos", siguiendo los requerimientos que se indican en el apartado 4.8 del presente pliego.

Los objetivos principales del plan estratégico de comunicación y promoción del Proyecto Guadalinfo son los siguientes:

- Posicionar Guadalinfo ante un público universal, más allá del ámbito local.
- El objetivo de cada acción debe conseguir que los andaluces reconozcan en el espacio social "Guadalinfo" el medio para desarrollar su potencial innovador (estrategia).
- Mejorar la imagen de Andalucía en el exterior en materia de innovación y conocimiento (Andalucía 10).
- Conseguir que los andaluces se impliquen en la construcción de una Andalucía sostenible.
- Lograr la participación de los agentes integrantes del proyecto, en especial de los dinamizadores, en el nuevo Plan estratégico 2009-2012 como corresponsables del éxito y sostenibilidad del proyecto.
- Sostener, acrecentar e impulsar y defender la relación establecida entre Guadalinfo y las redes de usuarios creadas en torno al proyecto a través de la escucha y la presencia activa.
- Generar alianzas estratégicas con otros proyectos, organismos e instituciones clave para el posicionamiento del proyecto.
- Conseguir "en la calle" prescriptores de la marca Guadalinfo.
- Acrecentar el sentido de pertenecía a la comunidad "Guadalinfo".
- Referenciar a Guadalinfo como proyecto que posibilita la plena accesibilidad.
- Dar a conocer el enorme potencial del proyecto en el binomio espacio virtual (red social) y territorio (centros).
- Fomentar la participación de los andaluces en la sociedad global a través de la

creación y aportación de contenidos digitales de calidad.

- Incrementar el nivel de atención sobre el proyecto de responsables municipales que no pertenecen a la Red Guadalinfo.

En el Anexo 1 del presente pliego de prescripciones técnicas: "Briefing de comunicación externo del Proyecto Guadalinfo", se puede ver una descripción más detallada de las actividades, indicadores, objetivos y evaluación a alcanzar con el Plan estratégico de Comunicación y promoción del Proyecto Guadalinfo.

Los mensajes incluidos en el briefing de comunicación se actualizarán atendiendo al momento de emisión y se revisarán cada 6 meses.

Para conseguir los objetivos anteriores, a día de hoy se ha estimado que el horizonte MINIMO de crecimiento de servicios y usuarios del portal www.guadalinfo.es en el transcurso de la ejecución del contrato es el siguiente:

MES	1	7	13	19	24
Nº de usuarios/as registrados en el portal Guadalinfo	584.356	731.915	950.031	1.143.337	1.337.526
paginas visitadas mes	4.500.000	5.620.000	7.566.000	7.766.000	7.966.000
Blog visitas dia	1.942	3.035	4.303	5.525	6.550
Facebook amigos (amigos redes sociales)	4.580	6.680	9.180	11.180	10.000
Twitter followers	1.623	2.478	3.304	4.150	4.840
Número de usuarios conectados en los Centros Ginfo	80.154	116.216	143.859	147.859	96.154
Número de usuarios que hacen LOGIN en el Portal	32.000	49.600	53.600	57.600	48.000
Número total de subidas al Portal (Contenidos)	111.649	151.649	191.649	231.649	271.649
Número total de contenidos etiquetados con la palabra GUADALINFO en otras redes sociales	28.951	34.951	40.951	46.951	52.951
Presencia Web de Guadalinfo (posicionamiento google, impactos en el buscador general de google)	125.000	185.000	195.000	283.000	293.000
Presencia en medios sociales Guadalinfo (alusiones al blog)	26.730	28.730	30.730	32.730	34.730
Número de Enlaces referenciando al portal guadalinfo	15.596	17.596	19.596	21.596	23.596
Usuarios de la Red Digital Guadalinfo que aportan contenido al menos una vez					**50%**
% de Centros que no han subido ningún contenido al Portal		**0%**	**0%**	**0%**	**0%**
Tiempo medio de conexión de los usuario/as activos del Portal.	**5**	**17**	**21**	**33,4**	**37,4**

LOTE 2: SERVICIOS DE GENERACIÓN DE CONTENIDOS, AGITACION 2.0, GESTIÓN DE LA COMUNIDAD VIRTUAL DE LA PLATAFORMA "GUADALINFO.ES" Y SERVICIO DE "STREAMING".

Los trabajos objeto del lote 2 se resumen en la prestación de los servicios que se indican a continuación:

- Servicio de oficina de "Community Manager", que implique por tanto:
  - Participación en la **estrategia**, **vertebración y dinamización** de la red social Guadalinfo y los canales 2.0 implicados en ella.
  - Planificación, creación y emisión de de contenidos de de la red social Guadalinfo y los canales 2.0 implicados en ella.
  - "Agitación 2.0".

- Escucha Activa en todos los canales relacionados con la Sociedad de la información, nuevas tecnologías, proyectos del plan ASI, Junta de Andalucía, etc. En definitiva todos aquellos que enriquezcan al proyecto y aporten un valor añadido a los contenidos emitidos por los distintos canales de comunicación.
- Posicionar el proyecto en la comunidad.
- Buscar líderes, tanto interna como externamente.
- Encontrar vías de colaboración entre la comunidad y la empresa.

- Servicio de retransmisión y seguimiento de eventos mediante streaming y canales 2.0.

Entre los objetivos estratégicos del proyecto Guadalinfo a cumplir, en el marco del lote 2, figuran:

- Impulsar la transformación social de Andalucía a través de la Red Social Guadalinfo (www.guadalinfo.es).
- Implicar a la ciudadanía andaluza en el uso de las TIC, en general, y en la Red Social Guadalinfo, en particular.
- Propiciar la generación de contenido en Internet de valor añadido por parte de la ciudadanía.
- Promover la participación ciudadana mediante el uso de las TICs.

Para conseguir los objetivos anteriores, a día de hoy se ha estimado que el horizonte MINIMO de crecimiento de servicios y usuarios del portal www.guadalinfo.es en el transcurso de la ejecución del contrato es el siguiente:

MES	1	7	13	19	24
Nº de usuarios/as registrados en el portal Guadalinfo	584.356	731.915	950.031	1.143.337	1.337.526
paginas visitadas mes	4.500.000	5.620.000	7.566.000	7.766.000	7.966.000
Blog visitas dia	1.942	3.035	4.303	5.525	6.550
Facebook amigos (amigos redes sociales)	4.580	6.680	9.180	11.180	10.000
Twitter followers	1.623	2.478	3.304	4.150	4.840
Número de usuarios conectados en los Centros Ginfo	80.154	116.216	143.859	147.859	96.154
Número de usuarios que hacen LOGIN en el Portal	32.000	49.600	53.600	57.600	48.000
Número total de subidas al Portal (Contenidos)	111.649	151.649	191.649	231.649	271.649
Número total de contenidos etiquetados con la palabra GUADALINFO en otras redes sociales	28.951	34.951	40.951	46.951	52.951
Presencia Web de Guadalinfo (posicionamiento google, impactos en el buscador general de google)	125.000	185.000	195.000	283.000	293.000
Presencia en medios sociales Guadalinfo (alusiones al blog)	26.730	28.730	30.730	32.730	34.730
Número de Enlaces referenciando al portal guadalinfo	15.596	17.596	19.596	21.596	23.596
Usuarios de la Red Digital Guadalinfo que aportan contenido al menos una vez					**50%**
%de Centros que no han subido ningún contenido al Portal		**0%**	**0%**	**0%**	**0%**
Tiempo medio de conexión de los usuario/as activos del Portal.	**5**	**17**	**21**	**33,4**	**37,4**

LOTE 3: ALQUILER DE UN STAND ITINERANTE DESTINADO A LA DIFUSIÓN DEL PROYECTO "GUADALINFO".

La empresa adjudicataria del presente lote será la encargada de desarrollar la prestación del servicio de alquiler de un "stand" itinerante, destinado a la difusión de Guadalinfo y otros proyectos del Consorcio "Fernando de los Ríos" (Participa, Wikanda, etc).

Los trabajos objeto del lote 3 se resumen en la prestación de los servicios que se indican a continuación:

- Diseño y producción del stand
- Almacenamiento de stand
- Distribución de stand
- Montaje y desmontaje del stand
- Equipamiento informático
- Instalación de red informática (Red, Sistema Operativo, conexión internet…)
- Conexión a Internet
- Mantenimiento y conservación del material en perfecto estado, reponiendo cualquiera de los elementos que pudieran ser objeto de sustitución.
- Informe de seguimiento de las instalaciones

LOTE 4: SUMINISTRO DE MERCHANDISING PARA LA DIFUSIÓN DEL PROYECTO "GUADALINFO".

La empresa adjudicataria del presente lote será la encargada de producir y suministrar los distintos elementos de merchandising, personalizados con la imagen de Guadalinfo, entre los diversos eventos y actos en los que la dirección del proyecto decida estar presente para la difusión de Guadalinfo.

Los trabajos objeto del lote 4 se resumen en la prestación de los servicios que se indican a continuación:

- Diseño y disposición de la imagen de marca Guadalinfo en los elementos a suministrar. Para la valida confección del mismo se le hará entrega de una guía visual de la imagen de marca de Guadalinfo.
- Producción y manipulación de los kits de materiales a suministrar.
- Almacenamiento de los kits de material.
- Distribución del 50 kits de material a lo largo de 24 meses en cualquier punto de la comunidad Andaluza.

Los trabajos de cada lote deberán ser realizados por un equipo suficientemente experto de la empresa adjudicataria, cuya cualificación y experiencia deberán ser acreditadas por el licitante mediante Currículum Vitae detallado de los profesional/es que vayan a participar en

la prestación de estos servicios, acompañado de cuantas referencias y certificaciones sean precisas.

Así mismo las empresas adjudicatarias serán enteramente responsables de la puesta en marcha y mantenimiento, durante toda la duración de los trabajos, de las infraestructuras materiales y técnicas adecuadas para garantizar el adecuado funcionamiento y operatividad de dicho servicio (local u oficina, mobiliario, líneas telefónicas, acceso a Internet, equipos informáticos, material diverso, etc.).

El adjudicatario de cada lote deberá garantizar la prestación y cumplimiento de los servicios solicitados, siendo responsable del cumplimiento de todas y cada una de las actividades que se describen en el apartado 3, 4, 5, 6 y 7 del presente Pliego.

El detalle, las características y la forma en que debe realizarse la asistencia técnica requerida se establecen en los apartados siguientes del presente Pliego de Prescripciones Técnicas.

3. REQUISITOS DE SOLVENCIA TECNICA.

Los licitadores que presenten ofertas al presente concurso, deberán cumplir los siguientes requisitos de solvencia técnica. La acreditación del cumplimiento de estos requisitos deberá realizarse según lo dispuesto en el Pliego de Cláusulas Administrativas que rige esta licitación.

LOTE 1

Las empresas que concurran al Lote 1 acreditarán su solvencia técnica de acuerdo con la clasificación establecidas por el Pliego de Cláusulas Administrativas que rige esta licitación.

LOTE 2

Las empresas que concurran al Lote 2 acreditarán su solvencia técnica de acuerdo con los criterios establecidos por el Pliego de Cláusulas Administrativas que rige esta licitación, los cuales están relacionados con la experiencia profesional en los siguientes ámbitos:

- Aseguramiento de la calidad en procesos de comunicación descritos en lote 2.
- Experiencia en “Community Manager” a lo largo de su trayectoria profesional.
- Experiencia en dinamización telemática y en manejos y gestión de redes sociales.
- Experiencia en comunicación en distintos formatos y canales (Prensa, Radio, TV Digital Terrestre, TV IP, Cartelería Digital, Podcast, etc.
- Experiencia de al menos dos años en comunicación en empresas públicas y privadas.
- Experiencia en la realización y retransmisión de eventos en streaming.
- Plan de Responsabilidad Social Corporativa de la empresa.
- Capacidad para desarrollar producciones de videos y material multimedia: estudios de grabación, de realización y de montaje. Laboratorios mutimedia /estudios propios o concertados.

LOTE 3

Las empresas que concurran al Lote 3 acreditarán su solvencia técnica de acuerdo con los criterios establecidos por el Pliego de Cláusulas Administrativas que rige esta licitación, los cuales están relacionados con la experiencia profesional en los siguientes ámbitos:

- Experiencia acreditada en diseño, producción e instalación de stands modulares en la celebración de eventos.

LOTE 4

Las empresas que concurran al Lote 4 acreditarán su solvencia técnica de acuerdo con los criterios establecidos por el Pliego de Cláusulas Administrativas que rige esta licitación, los cuales están relacionados con la experiencia profesional en los siguientes ámbitos:

- Experiencia acreditada en diseño, producción y distribución de material promocional de "merchandising" para empresas, proyectos y/o eventos.

4. TRABAJOS DEL LOTE 1. DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS A REALIZAR.

Los trabajos de asistencia técnica a realizar por la adjudicataria en el marco del lote 1 serán los siguientes:

4.1. SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA ESPECIALIZADA PARA LA DEFINICIÓN Y PUESTA EN MARCHA DE ACCIONES VINCULADAS A LA DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DEL "PROYECTO GUADALINFO".

Desarrollo del Plan Estratégico de Comunicación y Promoción de todas las iniciativas que se desarrollen en el ámbito del proyecto Guadalinfo. Está estrategia incluye, sin ánimo de exhaustividad, las siguientes tareas:

1. Análisis de situación y diseño de una estrategia de comunicación orientada al alcance de los objetivos de comunicación descritos en el Anexo 1, acorde con la estrategia del proyecto.
2. Propuesta de acciones de comunicación. Elaboración de un calendario de comunicación que contemple el siguiente horizonte temporal: 24 meses desde la adjudicación del contrato.
3. Coordinación y desarrollo de las acciones planificadas. Elaboración de "briefing", para cada acción de comunicación; seguimiento y valoración de las acciones desarrolladas: impacto.
4. Diseño y coordinación de Campañas de publicidad:
    a. Publicidad ATL: empleo de medios masivos (Canal Sur TV y otros medios generalistas de prensa, radio) y soportes urbanos dirigida a la ciudadanía en general. (Identificar Guadalinfo como el espacio innovador, el elemento

acelerador del desarrollo de la sociedad andaluza a través de Internet y las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. ¿Qué puedes hacer en Guadalinfo?), así como otros medios más especializados, como revistas, portales generalistas, prensa especializada, etc.

b. Publicidad BTL: empleando medios directos y diferentes según la segmentación de público establecida. Mailings, mensajes sms, acciones de marketing directo.

5. Dirección creativa, diseños, dirección de arte y producción de todas las acciones de comunicación del Plan, incluyendo, sin ánimo de exhaustividad, los siguientes:

   a. - Campaña de publicidad On-line y Off-line.
   b. - Campaña de publicidad Below the Line (BTL) y Above The Line (ATL).
   c. - Marketing directo.
   d. - Marketing relacional.
   e. - Field marketing.
   f. - Eventos y presentaciones.
   g. - Arquitectura efímera: stand, diseño de interior, decoración de espacios.
   h. - Piezas audiovisuales.

   En general, de todos los elementos de comunicación y promoción necesarios para cumplir con los objetivos de comunicación del Plan Estratégico Guadalinfo 2010-2012.

6. Diseño y coordinación de un Plan de Relaciones Institucionales (PRI) del proyecto con organismos, entidades y grupos de interés aliados del cambio (tejido social y cultural, tejido empresarial, tejido económico y de empleo, etc.). Propuesta de alianzas estratégicas con administraciones (consejerías, ayuntamientos), organismos e iniciativas oficiales. Ejemplos: Consejería de Turismo y Andalucía 10.
7. Propuesta de participación en congresos, eventos y ferias de interés y distintos ámbitos de actuación: FICOD, Conferencia del SL, Evento Blog… Ferias de los Pueblos de Andalucía, Feria del libro en provincias andaluzas.
8. Propuesta para la organización de eventos que proyecten Guadalinfo sobre la ciudadanía acercando el plano digital al físico: Encuentro de usuarios; acciones como “Guadalinfo Play, GuadaNavidad”; jornadas digitales en la red social; tertulias digitales; promociones en redes sociales…
9. Propuesta de captación prescriptores que asuman la estrategia de Guadalinfo dirigida a la ciudadanía y “transmitan el orgullo de pertenencia”.
10. Potenciar los canales 2.0 del proyecto: red social Guadalinfo, blog Guadalinfo, perfiles en redes sociales y Social media. El objetivo de esta acción es promocionar Guadalinfo.es, captar usuarios con objeto de generar contenidos digitales de calidad. “Qué puedes hacer en Guadalinfo”.

11. Promoción de otras iniciativas recogidas en el “Plan Estratégico Guadalinfo 2009 - 2012” y que tienen como objetivo fomentar el acceso a las TIC entre la ciudadanía (menores, personas con discapacidad, mayores de 65 años), el tejido empresarial y asociativo.
12. Elaboración de material de comunicación: dossier, noticias para la web, notas de prensa, documentos para los medios, informes valorativos.
13. Establecimiento de criterios de prospección y selección de empresas e instituciones colaboradoras y/o patrocinadoras en el desarrollo del Plan de Comunicación de Guadalinfo.
14. Todas las actuaciones descritas y calendarizadas en la propuesta presentada por el adjudicatario deberán ser producidas en el marco del presupuesto económico ofertado por el licitador, sin coste adicional para el Consorcio.
15. Toda acción deberá cumplir con la política de comunicación de la Junta de Andalucía, así como las directrices que se marquen desde Comunicación Social de la Junta de Andalucía.

4.2. DESARROLLO, PLANIFICACIÓN, PRODUCCIÓN Y COORDINACIÓN DE CONTENIDOS PARA SER EMITIDOS A TRAVÉS DE UN CANAL DE TV IP, INTEGRADO EN LA WEB DE GUADALINFO.ES.

Internet Protocol Television (IPTV) se ha convertido en la denominación más común para los sistemas de distribución por subscripción de señales de televisión o vídeo usando conexiones de banda ancha sobre el protocolo IP.

IPTV no es un protocolo en sí mismo. El IPTV o Televisión sobre el protocolo IP, ha sido desarrollado basándose en el video-streaming. La ventaja que ofrece la incorporación de esta técnica en la plataforma de Guadalinfo.es es la gestión y personalización del contenido para cada usuario/a de manera individual.

Con la incorporación de este canal y la gestión de contenidos del mismo, se pretende:

- Incorporar un nuevo canal de comunicación, que permita dar visibilidad a las acciones e iniciativas que difunde el proyecto a través de nuevos formatos.
- Mayor posibilidad de difusión de Mensajes y Campañas Publicitarias.
- Contenidos establecidos de manera segmentada y convertidos automáticamente.
- Segmentación eficaz de Audiencias y mayor identificación de Públicos Objetivos.
- Aumentar el tráfico de usuarios del Portal Guadalinfo.es
- Promocionar el conocimiento tecnológico como parte natural de las habilidades de la ciudadanía

Para ello la empresa adjudicataria deberá incorporar entre sus funciones:

- Planificación y calendarización de contenidos a emitir.
- Administración, actualización de contenidos, links a otras webs, etc

- Realización, filmación, montaje y postproducción de videos a emitir
- Subida de contenidos a la plataforma IPTV de Guadalinfo

  Los contenidos planificados por la empresa adjudicataria deberán adaptarse a los distintos formatos de producción de la plataforma IPTV contratada por el Consorcio.

4.3. DESARROLLO DE UN PLAN DE MEDIOS Y UN PLAN DE ACCIÓN PARA LA MEJORA DEL POSICIONAMIENTO, TRÁFICO Y VISIBILIDAD DE USUARIOS DE LA PLATAFORMA GUADALINFO.

El proyecto Guadalinfo debe contribuir a alcanzar los objetivos plasmados en su nuevo plan estratégico, a través de las actividades, iniciativas, centros, dinamización e innovación.

El Agente Dinamizador/a Guadalinfo inicialmente ha sido un elemento "educador" o "monitor" en el uso de las herramientas tecnológicas. Sin embargo, actualmente detecta nuevas oportunidades de transformación y mejora socioeconómica de su municipio, orientando y motivando a sus usuario/as a aprovecharlas con la ayuda de las TIC, en aquellos aspectos personales, laborales, cívicos o sociales que contribuyen a su bienestar.

El Centro Guadalinfo se configura como un espacio abierto, tanto en su papel como punto de encuentro para el municipio, como en el de nodo de relación, transformación e interacción con todos los usuario/as de la Red Guadalinfo.

El portal Guadalinfo deberá entenderse como el hilo conductor entre los usuarios, los dinamizadores y los centros de tal forma que compongan una Ciudad Virtual interconectada y se pueda identificar y hablar de la Red Social Guadalinfo como:

- Ciudadanía Digital para incrementar el porcentaje de población que usa las TIC en Andalucía
- Promocionar el conocimiento tecnológico como parte natural de las habilidades de la ciudadanía
- Garantizar la disponibilidad de un punto cercano de acceso, formación y asesoramiento sobre las TIC
- Inclusión Digital: Potenciar el uso de las TIC y de servicios adaptados por parte de las personas con discapaCidad
- Acercar los conocimientos y el uso de las nuevas tecnologías a la población en situación, entornos o zonas desfavorecidas
- Participación Digital: Fomentar la participación ciudadana en todos los aspectos de la vida pública, tanto en el ámbito civil como en el político, mediante el uso de las TIC

En este contexto los trabajos de asistencia a realizar por la adjudicataria para posicionar e impulsar el tráfico y número de usuarios en la plataforma www.guadalinfo.es, deben realizarse en el marco de su propuesta en base a cinco ejes de trabajo:

- Impacto y visibilidad sobre públicos descritos según segmentación básica de los mismos en función de su categorización.

- Iniciativas que incidan directamente en el Tráfico del Portal: Plan de medios.
- Iniciativas que incidan directamente en el aumento de usuarios registrados en el Portal: Plan de medios y marketing online, relacional y afiliativo.
- Acciones de SEO y SEM de posicionamiento del portal y metatags estratégicos. Medidas de Estrategia y Viralidad online para Guadalinfo a excepción de las iniciativas SMO y de dinamización 2.0 que quedan fuera de este ámbito por ser servicios ya a disposición del Consorcio.

El resultado final esperado por tanto del presente plan de acción sería un conjunto de iniciativas materializadas en:

a) Plan de Marketing Online para la captación de más usuarios activos del portal, fuera de la red de centros de Guadalinfo a lo largo, principalmente de los públicos de interés y el conjunto de la ciudadanía andaluza.

b) Acciones de SEO y SEM del portal y del Blog Corporativo: vinculando la red Guadalinfo a los conceptos y tags de innovación social, talento, tecnología, transformación territorial y sociedad de la información.

c) Desarrollo de un Plan de medios online que posicione el "branding" de Guadalinfo en los principales medios digitales de Andalucía

La orientación de estas acciones debe estar predeterminada por la creación de audiencias diversas, entrelazando y llegando a múltiples grupos sociales, que ha de ser una de las premisas de este nuevo rumbo del portal.

Por lo tanto uno de los mayores retos es el de competir eficazmente dentro del ecosistema de redes sociales en los que normalmente interactúan los internautas. Para ello proponemos trabajar en tres direcciones específicas según los objetivos propuestos anteriormente:

- Encontrar formas de llegar y atraer al NO PÚBLICO (especialmente a los usuarios más activos dentro de las redes sociales más activas), además de retener y fidelizar a los usuarios/as.

- Diversificar los públicos (especialmente dentro del portal). En la actualidad la correlación de los mismos está vinculada al hecho de pertenecer a un centro específico, lo cual constriñe la "sensación de libertad de uso de la Red".

- Establecer dinámicas de presencia en medios de interés online general para cubrir el conjunto de público ciudadanía en red como público objetivo del nuevo portal que se pondrá en marcha.

4.4. PLAN DE COMUNICACIÓN "ON-LINE" Y PLANIFICACIÓN DE MEDIOS.

La realización del plan de comunicación y acción global online en Internet integrará, entre otras, las actuaciones que exijan las necesidades promocionales de la Red GuadalInfo pudiendo ser éstas las que a continuación se indican:

A. Creación y difusión de anuncios online de contenido institucional y contenido de la actualidad y proyectos de la red Guadalinfo en el territorio.

Dichos anuncios de carácter institucional estarán destinados a la difusión en medios, soportes y plataformas online, de acuerdo con el modelaje requerido por la extensión del texto y la información a reproducir.

Además de los soportes y plataformas online (banners y presencia puramente publicitaria) la empresa especialista ofertará la inserción de contenido de alto valor (escrito y multimedia) y propuestas de alianzas con media "partners" del entorno online al objeto de acordar la presencia de artículos periodisticos de interés en el ámbito de la innovación social, de las políticas públicas de desarrollo socio-económico y la transformación territorial y el desarrollo de talento. Los contenidos, de carácter generalista pero específicos de la Red Guadalinfo y su plan estratégico serán difundidos en "Co-branding" con la marca de la Red Guadalinfo como patrocinador.

B. Creación y difusión de anuncios, derivados de la gestión mensual y puntual de carácter promocional.

Los anuncios y campañas referidos en el presente apartado serán correlativos a la demanda que realice Guadalinfo, con carácter promocional de sus actividades o finalidades así como derivada de las necesidades puntuales que la actuación de Guadalinfo pueda requerir. En este sentido, las campañas promociona les podrán estar orientadas, a modo de ejemplo, a informar sobre la promoción de proyectos e iniciativas dentro de la propia red territorial, imagen y cultura de la innovación y la tecnología, difusión de información vinculada al desarrollo territorial y socioeconómico y cualquier otra línea de desarrollo que el Consorcio o la Consejería de Economía, Innovación y Ciencia considere adecuada.

La empresa que realice los trabajos incluirá en su propuesta el plan de medios, contratando los espacios publicitarios en las fechas y en los medios, soportes y plataformas seleccionados, debiendo verificar el cumplimiento de las instrucciones que haya establecido el Consorcio, así como la entrega de los documentos justificativos del anuncio después de su publicación, realizando tales actuaciones de acuerdo con los siguientes puntos:

- La empresa se encargará de la concepción, el diseño, la contratación de imágenes y la ejecución de los anuncios y mensajes, así como la creación de guiones, textos y composición de los mismos, siempre a solicitud del Proyecto Guadalinfo mediante su equipo director y respetando el manual de imagen de la institución.
- El equipo director de Guadalinfo, cuya principal finalidad será la supervisión de la correcta ejecución del contrato, proporcionará a la empresa especialista las

características generales para orientar el desarrollo de las prestaciones descritas en los párrafos anteriores, indicando al mismo tiempo la urgencia temporal.

- La supervisión estará encaminada a verificar la correcta adecuación, tanto desde el punto de vista técnico como económico, de los parámetros establecidos por el proyecto Guadalinfo de las prestaciones realizadas por parte de la empresa, de forma previa a la inserción de los correspondientes anuncios en los medios, soportes y plataformas propuestos por la empresa.
- La empresa será la encargada de gestionar la adquisición de los espacios debiendo determinar la situación y emplazamiento de las inserciones en los instrumentos seleccionados, destacando de forma precisa los precios de la tarifa así como de los descuentos conseguidos por parte de la empresa, informando de manera anticipada a los responsables del proyecto Guadalinfo.
- La empresa asumirá las tareas de control y seguimiento de las inserciones publicitarias, asumiendo la correcta ejecución de la difusión y el pago de los medios o soportes contratados.

En este sentido, la empresa se encargará de la planificación, desarrollo y evolución de los medios, soportes y plataformas idóneos, con la finalidad de adaptar tal selección con los objetivos de promoción previstos por GUADALINFO. De tal manera, deberá tenerse en cuenta los nuevos usuarios registrados, el número de impresiones y los **"clicl<-through"** efectuados durante la divulgación de las campañas de comunicación y publicidad.

A efectos de nuevos usuarios registrados en el portal se valorará prioritariamente las campañas basadas en "pago por éxito" o de marketing afiliativo con “fee” sobre usuario conseguido.

Para el correcto seguimiento, la empresa adjudicataria deberá, en su caso, facilitar las claves de acceso para que el equipo director del proyecto Guadalinfo pueda supervisar las estadísticas de audiencia en los medios, soportes y plataformas online (estadísticas web).

4.5. ASISTENCIA AL CONTROL Y SEGUIMIENTO DE LAS ACTUACIONES ASOCIADAS AL PROYECTO GUADALINFO.

En el marco del presente apartado la empresa adjudicataria asistirá y apoyará al Consorcio en la realización de las siguientes tareas de seguimiento:

- Realización de un pre-informe de cobertura, eficacia e impacto del mix de medios seleccionados por la empresa especialista para cada una de las campañas online, diferenciando los resultados por segmentación geográfica y por tipo soporte utilizado, con el objetivo de poder evaluar la idoneidad de dicho Plan.

- Elaboración de un informe de repercusión por campaña, así como de un balance final de conclusiones, que permitan conocer, en su caso, el grado de cumplimiento y eficacia de la planificación, cuantitativa y cualitativamente.

- Se valorará la realización de estudios post-test de las campañas, con el objetivo de contrastar el grado real de eficacia de las mismas entre una muestra significativa de visitantes.

4.6. MEDIOS DE COMUNICACIÓN "ON-LINE" Y ÁMBITO DE DIFUSIÓN.

Los anuncios generados e ideados por parte de la empresa, en los términos señalados en los apartados precedentes, serán insertados en aquellos medios, soportes y plataformas online en Internet que, a propuesta de la empresa y basada en los términos de promoción deseados, determine los responsables del proyecto Guadalinfo.

Los medios, soportes y plataformas propuestos deben ser adecuados a la estrategia prevista en el plan de comunicación, dirigidos a la optimización de dicha campaña de acuerdo con los objetivos, el público objetivo y el presupuesto disponible.

El ámbito de difusión de las campañas de comunicación y publicidad contratadas podrá abarcar mercados de carácter local, regional autonómico y estatal, teniendo en cuenta los parámetros designados por las necesidades promocionales del Proyecto Guadalinfo particularmente los relacionados con el territorio andaluz.

A modo orientativo y de resumen, los principales medios online de actuación serán:

- Buzz marketing

- Plataformas multimedia Acciones de Marketing Viral mediante la difusión de contenidos en plataformas

- Marketing en Buscadores. Se ejecutará una campaña de marketing en buscadores (SEM y SEO) en los principales motores de búsqueda en Internet

- Inserciones publicitarias en medios on-line:
    a. Portales genera listas
    b. Portales de las plataformas **ASI**
    c. Medios de comunicación digitales.
    d. Páginas Web afines al plan estratégico Guadalinfo 2009-2012.
    e. Páginas Web del entorno de la innovación y la tecnología.

Se valoraran las propuestas de promoción en otros canales que sean capaces de contribuir a una mayor difusión de la campaña, así como su innovación y originalidad.

4.7. PLAN ESPECÍFICO DE POSICIONAMIENTO SEO Y SEM.

El posicionamiento de la web www.guadalinfo.es, responderá a la identificación de las palabras clave, indexación y metatags de buscadores no únicamente para las palabras "Guadalinfo", "Consorcio Fernando de los Ríos" , Junta de Andalucía y Diputaciones provinciales de Andalucía sino también con los criterios clave mínimos de:

- Innovación social.
    - Talento.
    - Innovación Tecnológica.
    - Conozco, participo, me implico.
    - Desarrollo socioeconómico.
- -Red Social.
    - Andalucía.

El plan a propuesta de la empresa especialista incluirá las acciones de Adwords, Adsense, posicionamiento en buscadores y palabras clave así como la mejora en el Page Rank de la página web y el blog de Guadalinfo con el objetivo de identificar las búsquedas con la plataforma y el proyecto.

El plan de posicionamiento y buscadores no superará el 10% del importe total de la actuación contratada en genérico para el posicionamiento de la página y compra de medios digitales.

4.8. PLAN PARA LA IMPLANTACION DE UN SISTEMA DE COMUNICACIÓN 2.0 Y DE ORGANIZACÓN 2.0 PARA EL CONSORCIO "FERNANDO DE LOS RÍOS".

El Consorcio "Fernando de los Ríos" en particular tiene una importante parte de la responsabilidad en el cambio de modelo organizativo para ganar en eficiencia y en sostenibilidad, y para que esto sea posible debe organizar su estructura de forma más horizontal y abandonar viejas prácticas de comunicación vertical y cambiar la forma en que operamos, nos relacionamos y pensamos para obtener los resultados esperados en el Plan Estratégico de la Entidad.

Las llamadas Organizaciones 2.0 o Empresas 2.0 ven su modelo de negocio, sus operaciones, jerarquía, relación con trabajadores y clientes u orientación a mercado de una forma diferente. El plan que elaborará la empresa adjudicataria del lote para la consecución de esta tarea se orientará a dar forma a una propuesta de organización, comunicación y nuevos valores que emanan de esta nueva filosofía, basado en los principios de Innovación Abierta.

Algunas de las principales características de las organizaciones 2.0 son:

1. Apertura y transparencia como leitmotiv para el cambio
2. Potenciamos la conciliación de la vida personal y profesional
3. Apuesta por una organización horizontal y en Red en contraposición con la jerarquía
4. Búsqueda y gestión del talento
5. Aceptar riesgos en la toma de decisiones
6. Todos comunican
7. La productividad (y no el horario) manda
8. La organización aprende (gestión del conocimiento)
9. No tiene miedo al cambio
10. Capacidad para trabajar de forma distribuida
11. Organizaciones poco centralizadas y ágiles
12. La organización escucha, aprende e innova
13. Piensa a largo plazo y en global

La empresa adjudicataria del lote deberá diseñar un plan interno en el que se explicite un sistema de comunicación 2.0 y de organización en red para el Consorcio "Fernando de los Ríos", con el fin de alcanzar, sin ánimo de exhaustividad, los siguientes objetivos:

1. Aportar transparencia a las estructuras administrativas y/o de gestión.
2. Conversar con los ciudadanos y el resto de actores y conocer su opinión directa, sin intermediarios, fomentando la participación de forma horizontal.
3. Aumentar la capilaridad de las convocatorias públicas y decisiones administrativas, llegando a más gente de forma instantánea.
4. Llevar la organización a los lugares donde se encuentran los ciudadanos: las redes sociales.
5. Proveerse de robustas herramientas de "escucha", con la posibilidad de participar.
6. Mejorar la eficiencia a la hora de llegar a millones de ciudadanos frente a una web tradicional.
7. A nivel interno, para cuestiones tan básicas como formación de trabajadores, colaboración en proyectos, política de recursos humanos, evitar reuniones innecesarias, facilitar el trabajo colaborativo,…

4.8.1 Proceso de Implantación

La implantación de un sistema de trabajo y comunicación basado en los principios de Innovación Abierta requeridos, implica cuatro tipos de cambios:

1. Culturales,
2. En los procesos,
3. En la organización,
4. En las formas de relación.

La implantación de un sistema de Administración Abierta en el Consorcio ha de ser considerada como un proceso en continua evolución, en el que la evaluación y la mejora continua del proceso están en el corazón del mismo.

La red ofrece suficientes herramientas 2.0 como para que cualquier organización pueda adoptar un modelo de Administración Abierta, si bien serán necesarios estudios para delimitar las mejores herramientas para cada etapa y para cada recurso humano, así como la adaptación de los distintos recursos a las necesidades concretas del Consorcio.

La empresa adjudicataria deberá asesorar sobre las herramientas que el Consorcio debería de incorporar a este respecto:

1. Herramientas de gestión telemáticas (por ejemplo: Firma digital)
2. Herramientas colaborativas y de comunicación interna (por ejemplo: Wiki, Agendas compartidas).
3. Herramientas de comunicación con el exterior (por ejemplo:Blog, Twitter).
4. Herramientas de gestión de la información y el conocimiento (por ejemplo: lector de Feeds).

4.8.2 Plan de formación en herramientas/estrategia de visibilidad/trabajo colaborativo

Como cualquier otra actividad nueva para una organización, la transición a un modelo de Administración Abierta implica llevar a cabo procesos de formación en las herramientas tecnológicas que soportarán esta actividad. Esta formación también atenderá a la estrategia de participación inherente a la naturaleza de la Administración Abierta.

La empresa adjudicataria deberá diseñar un plan de formación para el acompañamiento constante a aquellos perfiles de la organización que deben tomar parte en la estrategia de Administración Abierta que se quiere implantar, así detallar los talleres de trabajo para la adquisición de competencias para el uso de las herramientas y sesiones de sensibilización en torno a las mismas y a estrategias de trabajo colaborativo y horizontal.

4.8.3 Evaluación

Acorde al modelo de implantación elegido, la evaluación ha de ser una constante en el trabajo de conversación entre el interior y el exterior de la organización.

En la implementación por niveles del modelo de Administración Abierta, cada nivel marcará las pautas para el siguiente, incorporando las mejoras y corrigiendo los defectos encontrados.

Para ello la empresa adjudicataria deberá proponer herramientas precisas, tanto de autoevaluación para quienes deben desde cada área y departamento llevar a cabo tareas dentro del proyecto, como de evaluación globales del mismo para medir el grado de efectividad y repercusión de las medidas implantadas.

Las herramientas de evaluación serán diferentes según se evalué la eficacia y eficiencia del trabajo mediante el uso de herramientas de trabajo colaborativo, o el impacto en las redes sociales y la identidad digital del Consorcio.

Paralelo al proceso de diseño del plan se deberá proponer la creación de un observatorio de recursos de la web 2.0 para estudiar las tendencias de generación de proyectos innovadores en Internet, así como a identificar herramientas que puedan ser incorporadas en el proceso de mejora del sistema de Administración Transparente y Abierta que la empresa adjudicataria elabore para el Consorcio.

4.9. INFORME FINAL DE LOS TRABAJOS DE ASISTENCIA TÉCNICA.

Asimismo la empresa adjudicataria elaborará un Informe Final de Gestión que sintetizará los diversos Informes de Seguimiento y Control. En este Informe Final se detallarán los resultados de los trabajos realizados en los siguientes aspectos, sin ánimo de exhaustividad:

- Consecuciones relativas a objetivos.
- Actuaciones.
- Duración.
- Estrategias.
- Participación de empresas proveedoras y movilización y grado de dinamización alcanzado con todos los agentes y grupos de interés involucrados.
- Desarrollo de las actuaciones.
- Acciones realizadas para garantizar la publicidad del Proyecto Guadalindo según la normativa europea y otras de aplicación.
- Experiencias y mejores prácticas obtenidas para la futura diseminación de resultados a nivel regional / nacional / europeo.

4.10. NATURALEZA DE LA PRESTACIÓN.

El objeto del contrato es la prestación de un servicio, el cual lleva aparejado un resultado concreto. La empresa adjudicataria del lote 1 queda obligada a la prestación eficaz de los servicios descritos en el presente pliego, durante la totalidad del plazo de ejecución del contrato, con independencia de los medios materiales o humanos que deba emplear en ello. La ejecución del contrato se realizará a riesgo y ventura del contratista.

En ningún caso podrá interpretarse que el precio del contrato supone la contraprestación a una hipotética “bolsa de horas”, las cuales, una vez agotadas, liberan al adjudicatario de sus obligaciones, con independencia del resultado obtenido. Por el contrario, el adjudicatario queda obligado a prestar los servicios, durante todo el plazo de ejecución, sin perjuicio de la dedicación de medios materiales y humanos que esto conlleve.

5. TRABAJOS DEL LOTE 2. DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS A REALIZAR.

Los trabajos de asistencia técnica a realizar por la adjudicataria en el marco del lote 2 serán los siguientes:

5.1. SERVICIOS DE GENERACIÓN DE CONTENIDOS, AGITACION 2.0, GESTIÓN DE LA COMUNIDAD VIRTUAL DE LA PLATAFORMA: www.guadalinfo.es Y SERVICIO DE

“STREAMING”.

Para dar cumplimiento a los objetivos descritos en el objeto de lote 2 del presente pliego, como parte de un conjunto de diversas actuaciones orientadas a impulsar la articulación y expansión rápida de la Red Social Guadalinfo (en adelante RSG) en Internet, el presente lote 2 del Pliego Técnico tiene por finalidad la contratación de los siguientes SERVICIOS MINIMOS de dinamización telemática e introducción de contenidos en Internet:

5.1. Actuaciones orientadas a impulsar la articulación y expansión rápida de la Red Social Guadalinfo en Internet. Servicios mínimos de dinamización telemática e introducción de contenidos en Internet:

a. Introducción de MINIMO 3 post semanales en un blog creado para la actividad de la Red Guadalinfo.
b. Twitter (MINIMO tres inserciones diarias en cada uno de ellos).
c. Del.ici.ous (MINIMO 30 etiquetas al mes).
d. Facebook (MINIMOS 11 impactos semanales repartidos sobre el muro de la página de perfil de Guadalinfo y la página de fan de Guadalinfo, más la implementación de los eventos y grupos requeridos según la necesidad de las iniciativas lanzadas).
e. Informe mensual periódico de identidad digital y resumen de los contenidos emitidos.
f. Subida mensual de videos, galerías de fotos, presentaciones en las canales 2.0 creados para este fin del proyecto Guadalinfo y del Consorcio “Fernando de los Ríos”.
g. Inserción de twitts y de impactos sobre el muro del perfil de Facebook del CFR.
    i. Twitter (MÍNIMOS 3 inserciones diarias)
    ii. Facebook (5 impactos semanales. Más la implementación de los eventos y grupos requeridos según la necesidad de las iniciativas lanzadas).
h. Gestión de la cartelería digital.

5.2. Servicios para el asesoramiento, soporte y desarrollo de la Red Social Guadalinfo:

- Fomentar y activar el acceso al portal www.guadalinfo.es: dinamizar las áreas de

interés con contenidos y propuestas que fomenten la participación y la interacción entre usuarios/as en pro de los objetivos estratégicos perseguidos.

- Guiar la Red para reflejar la estrategia y perseguir la consecución de los objetivos: guiar a los/as dinamizadores/as territoriales y locales para fijar criterios de calidad en los contenidos para que éstos puedan, a su vez, guiar a los/las usuarios/as de la web en la aportación de contenidos. Estos servicios se concretarán en la definición de los criterios de calidad de los contenidos, la auditoria de seguimiento y detección de desviaciones por muestreo, según las herramientas disponibles de seguimiento, y la propuesta de medidas correctoras o medidas de mejora de la calidad de los contenidos para puesta en marcha por parte del Consorcio. El seguimiento se hará mensualmente e incluirá la difusión y promoción de las medidas llevadas a cabo.
- Creación de la oficina de Gestión de la Comunidad para la emisión de contenidos y dinamización de la plataforma guadalinfo.es.
- Actualización del Plan de Emisión de Contenidos.
- Gabinete de Comunicación Digital on line en lo que respecta exclusivamente a la difusión de los mensajes y contenidos en la web guadalinfo.es, la web del Consorcio y de forma coordinada, en el Sistema de Cartelería Digital de los Centros GUADALINFO.
- Monitorización, auditoría y estimulación de los contenidos aportados a la plataforma por parte de lo/as usuario/as.
- Emisión y Moderación de contenidos.
- Seguimiento y conducción de la línea editorial de artículos y comentarios y garantía de la calidad de los mismos. Artículos emitidos desde la Oficina de Gestión de la Comunidad.
- Conversación, estimulación, conexión entre los usuarios y escucha activa a través de los diferentes canales de comunicación existentes (canales 2.0, listas de distribución, SIGA, mail, ...) y las herramientas y funcionalidades que la plataforma de guadalinfo.es ofrece para este tipo de acciones.
- Coordinación y soporte a lo/as dinamizadore/as locales y territoriales para la incorporación y moderación de contenidos y su difusión por los usuario/as de la plataforma. Dichos servicios incluirán:

- el seguimiento de la aplicación de los protocolos de acción para la subida de contenidos,
- la identificación y propuesta de acciones de mejora,
- el acompañamiento y asesoría para la mejora de usabilidad e incorporación de contenidos, y
- la puesta en marcha y evaluación de los diferentes protocolos y procedimientos de trabajo aprobados por el Consorcio a este respecto (protocolos de subida de contenidos, protocolos de moderación de contenidos, etc.).

- Elaboración de Informes Mensuales de Emisión y Control de Contenidos.
- Atención de la cuenta de correo: mejorasportalguadalinfo.cfr@juntadeandalucia.es.
- Elaboración mensual del boletín digital denominado Radar 2.0, difundido a través del blog de Guadalinfo. El Radar 2.0 es una publicación electrónica que recopila, de manera periódica, una selección de enlaces y sitios de interés donde encontrar las últimas novedades, noticias y claves de futuro sobre prácticas ciudadanas, propuestas de Administraciones Públicas e iniciativas en el entorno de la sociedad digital, la participación, el gobierno abierto y la innovación social.

5.3. Servicios para la promoción, difusión e impulso de la red social Guadalinfo:

- Definición, Implantación y seguimiento de un plan estratégico de alianzas institucionales y corporativas con agentes externos a la plataforma, al objeto de su correcto posicionamiento y valor en tráfico y usuarios.
- Seguimiento, soporte y apoyo en la validación y pruebas a la implantación de mejoras en la tecnología de la plataforma Guadalinfo.es.
- Promoción, difusión y visibilidad de los proyectos de los Desafíos surgidos del territorio indicados por el Consorcio.
- Dinamizar online todos los eventos organizados por el Consorcio, la Red Guadalinfo o aquellos que la dirección del proyecto convenga.
- Dinamizar presencialmente 12 eventos al año que sean indicados por la dirección del Consorcio. Estos 12 eventos no incluyen la dinamización

presencial de los Encuentros Provinciales de dinamizadores locales ni del Encuentro Anual de dinamizadores (El 80% de los eventos presenciales se realizarán en la comunidad andaluza y el 20% restantes tendrán carácter nacional).

- Seguimiento del sistema de indicadores de evaluación y Cuadro de Mando Integral de la plataforma Guadalinfo. El cuadro de mando será la herramienta fundamental de seguimiento durante la ejecución del proyecto. Será la foto instantánea que muestre el alcance de objetivos y el desarrollo de los trabajos. La empresa adjudicataria deberá analizar dichos datos y proponer planes de contingencia en caso de desvíos sobre lo planificado.
- Acompañamiento en la supervisión para la correcta disposición y cumplimiento de los Criterios de Usabilidad de la plataforma con el objetivo de conseguir los máximos niveles de satisfacción de los usuarios y el máximo valor de los contenidos.

5.4. Servicio de emisión de vídeo en directo en Internet para la promoción, difusión e impulso de la red social Guadalinfo en la sociedad. La características mínimas requeridas para el servicio se indican a continuación:

- Servicio directo de ”streaming” con capacidad garantizada hasta 10000 usuarios únicos, rotulación en directo de ponentes y señal embebible en cualquier sitio web.
- Servicio de conectividad de alta velocidad cuando el evento así lo requiera.
- El número máximo de sesiones de “streaming” mensuales requeridas por el Consorcio será de 4, cada una con los siguientes requerimientos incluidos:
    - Desplazamiento del equipo humano y técnico al lugar del evento (El 80% de los eventos se realizarán en la comunidad andaluza y el 20% restantes tendrán carácter nacional), para el “streaming”, pruebas y montaje en las 6 horas anteriores.
    - Personalización Webtv con módulo de Twitter y Facebook, y filtrado de mensajes a partir de “hashtag” predeterminado.
    - Grabación y publicación en diferido del evento

5.2. NATURALEZA DE LA PRESTACIÓN.

El objeto del contrato es la prestación de un servicio, el cual lleva aparejado un resultado concreto. La empresa adjudicataria del lote 2 queda obligada a la prestación eficaz de los servicios descritos en el presente pliego, durante la totalidad del plazo de ejecución del contrato, con independencia de los medios materiales o humanos que deba emplear en ello. La ejecución del contrato se realizará a riesgo y ventura del contratista.

En ningún caso podrá interpretarse que el precio del contrato supone la contraprestación a una hipotética "bolsa de horas", las cuales, una vez agotadas, liberan al adjudicatario de sus obligaciones, con independencia del resultado obtenido. Por el contrario, el adjudicatario queda obligado a prestar los servicios, durante todo el plazo de ejecución, sin perjuicio de la dedicación de medios materiales y humanos que esto conlleve.

6. TRABAJOS DEL LOTE 3. DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS A REALIZAR.

Los trabajos de asistencia técnica a realizar por la adjudicataria en el marco del lote 3 serán los siguientes:

6.1. SERVICIOS DE ALQUILER DE UN STAND ITINERANTE DESTINADO A LA DIFUSIÓN DEL "PROYECTO GUADALINFO".

El Consorcio "Fernando de los Ríos" precisa contratar el alquiler de un stand, destinado a la promoción y difusión del proyecto Guadalinfo en diversas ferias y congresos.

El stand servirá como centro de exposición, donde los asistentes podrán informarse sobre qué es un centro Guadalinfo, proyectos, actividades impartidas y asesoramiento sobre las distintas funcionalidades que pueden encontrar en el mismo.

Los asistentes podrán realizar y participar de las distintas actividades que propongan los responsables del stand atendiendo al tipo de evento.

El stand, que tendrá carácter reutilizable, deberá adaptarse a los distintos espacios requeridos (espacios abiertos o cubiertos), que podrán variar desde la exposición en locales de municipios, ferias de los pueblos, en capitales de provincia, congresos,… siempre dentro de la comunidad autónoma andaluza.

El diseño del stand deberá poder adaptarse mínimo a dos dimensiones, 12m2 y 18m2. Se valorará por tanto la versatilidad del mismo.

La empresa adjudicataria deberá montar el stand en 8 ocasiones, a lo largo de un año, en cualquier provincia andaluza indicada por el Consorcio.

El alquiler del servicio incluirá las siguientes actuaciones:

- Diseño y producción del stand

- Almacenamiento de stand
- Distribución de stand
- Montaje y desmontaje del stand
- Equipamiento informático
- Instalación de red informática (Red, Sistema Operativo, conexión internet…)
- Conexión a Internet
- Mantenimiento y conservación del material en perfecto estado, reponiendo cualquiera de los elementos que pudieran ser objeto de sustitución.

6.2. CARACTERÍSTICAS DEL STAND

El Stand deberá tener las siguientes características:

- Stand "Guadalinfo reutilizable", que transmita la imagen del proyecto Guadalinfo.
- El stand deberá ser lo más diáfano posible.
- Capacidad para albergar 5 puestos de trabajo. De los cuales 4 puestos serán para usuarios y 1 puesto será para el dinamizador local.
- Capacidad para almacenar merchandising.
- Utilizar elementos decorativos que sirvan de almacén
- Incluir en el diseño el cubo pixel que hay en las fachadas de los centros Guadalinfo.
- 2 displays enrollables con la imagen del proyecto (el diseño en este caso será facilitado por el Consorcio)
- El mobiliario incluirá 5 taburetes o similares para los 5 puestos de trabajo

Se solicitan las siguientes necesidades de equipamiento técnico:

- 4 portátiles para los asistentes con instalación del S.O. de Guadalinex-Guadalinfo (última versión)
- 1 portátil para el dinamizador con instalación del S.O. de Guadalinex-Guadalinfo (última versión)
- Una impresora laser color (conectada a la red)
- 1 Pantalla LCD de 42 pulgadas
- Soporte para 1 pantalla LCD de 42 pulgadas
- 1 portátil conectado a la televisión, para visualizar los videos, presentaciones o similares en la pantalla.

La empresa adjudicataria deberá entregar una memoria de finalización de cada una de las instalaciones del stand y un resumen al finalizar la duración del contrato. Dicha memoria constará de, al menos, los siguientes aspectos:

- Descripción de las tareas desarrolladas durante los trabajos objeto de la contratación.
- Dossier fotográfico de la instalación.
- Valoraciones generales, incidencias acaecidas y aspectos a mejorar en futuras ediciones.

7. TRABAJOS DEL LOTE 4. DESCRIPCIÓN DE LOS SUMINISTROS A REALIZAR.

El presente lote tiene por objeto el suministro de distintos elementos de "merchandising" tecnológico, destinados a su difusión a través de las actividades organizadas por los centros de la red Guadalinfo (Centros de Acceso público a Internet en Andalucía).

En este apartado se detallan las características técnicas mínimas de los diversos elementos a suministrar. Al presentar la oferta, el licitador deberá ajustarse a la terminología utilizada en este apartado.

El material suministrado deberá ser distribuido entre los eventos en los que la dirección del proyecto decida participar, en cualquier punto de la comunidad Andaluza, en 24 meses.

7.1. AGRUPACIÓN DE LOS ARTÍCULOS EN KITS.

El total de los artículos a suministrar en 24 meses es el siguiente:

Material tecnológico a suministrar	Unidades
Carnet pendrive 1GB	2500
Ratón inalambrico mini	2500
Duplicador USB	2500
Camisetas	2500
Mochilas	2500
Alfombrillas	2500
Bolígrafos	2500
Total unidades	**17.500 unidades**

El material descrito se agrupará en 50 kits. Cada kit constará de las siguientes unidades:

KIT EVENTO	Unidades
Carnet pendrive 1GB	50
Ratón inalambrico mini	50
Duplicador USB	50
Camisetas	50
Mochilas	50
Alfombrillas	50
Bolígrafos	50
Total unidades	**350 unidades**

Cada uno de los **50 kits**, se compone de **50 unidades** de cada uno de los artículos descritos, es decir, cada kit consta de un total de **350 unidades**.

7.2. CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DE LOS ARTÍCULOS A SUMINISTRAR.

Los requisitos mínimos detallados no pretenden ser una relación exhaustiva completa de las características de los elementos descritos.

CARNET PENDRIVE 1GB:

- Memoria USB con forma/tamaño de tarjeta de crédito.
- Tamaño 1Gb
- Impresión 2 tintas a dos caras (azul y gris)

DUPLICADOR USB:

- Extensión USB con 4 puertos
- Con ventosa
- Color azul/gris (lo más próximo al color azul corporativo)
    - Pantone 659
- Impresión 1 tinta (blanco)

RATÓN MINI INALÁMBRICO:

- Ratón mini
- con conexión Puerto USB
- Color gris
- Impresión 1 color (azul)

ALFOMBRILLA PARA RATÓN:

- Material: Poliéster/Neopreno
- Dimensiones: 23*18*0.3 cm
- Color blanco
- Impresión: 2 colores (azul y gris)

BOLÍGRAFOS:

- Color azul o blanco
- Impresión 1 color

MOCHILA:

- Poliéster
- Tamaño mínimo: 40x28 cm
- Color Azul/gris (lo más próximo al color azul corporativo)
    - Pantone 659
- Impresión 1 color (Blanco)

CAMISETA:

- CAMISETA BLANCA
- 100% algodón
- 150 GR.
- DOBLADA Y EMBOLSADA
- IMPRESA A DOS COLORES POR CADA CARA
- Distribución de tallas entre XL, L, M, S

7.3.- PRESENTACIÓN DE MUESTRAS.

La oferta del licitador deberá incluir una descripción minuciosa de cada uno de los artículos propuestos, incluyendo sus características y especificaciones técnicas completas, así como el precio unitario del suministro.

Los licitadores deberán además presentar **2 muestras** alternativas para cada uno de los artículos solicitados. De entre ellas, EL CONSORCO elegirá el producto a suministrar teniendo en cuenta las características de cada una y las mejoras aportadas por el licitador en cada elemento. Los **2 modelos** deberán tener el mismo precio unitario de suministro.

7.4.- CONDICIONES DEL SUMINISTRO.

La empresa adjudicataria deberá realizar una serie de tareas y asumir una serie de obligaciones y compromisos comunes a la hora de realizar los suministros, que se describen a continuación:

- Producción y manipulación de los kits de materiales de papelería, a suministrar.
- Almacenamiento de los kits.
- Las peticiones de suministro la realizará el personal del Consorcio “Fernando de los Ríos” acreditado para ello a lo largo de los 24 meses, atendiendo a los eventos, actos o ferias en las que se desee participar.
- El adjudicatario deberá presentar mediante un documento gráfico el diseño y la disposición de la imagen de marca Guadalinfo en los elementos a suministrar. Para la valida confección del mismo se le hará entrega de una guía visual de la imagen de marca de Guadalinfo.

El precio del contrato incluye un total de 50 envíos de los 50 kits hacia cualquier punto de Andalucía.

7.5. PLANIFICACIÓN PARA EL SUMINISTRO.

Dicha planificación deberá respetar en todo caso las condiciones al respecto que se establecen en el presente Pliego, así como el procedimiento fijado:

1. Las peticiones de suministro la realizará el personal del Consorcio "Fernando de los Ríos" acreditado para ello a lo largo de los 24 meses, atendiendo a los eventos, actos o ferias en las que se desee participar.
2. El Consorcio se compromete a solicitar el pedido con un mínimo de 5 días con anterioridad a la fecha de entrega. En todo caso siempre el suministro siempre deberá ser recepcionado antes de la realización de la actividad oportuna.
3. La empresa adjudicataria deberá realizar un total de 50 envíos correspondientes a los 50 kits hacia cualquier punto de Andalucía, en el periodo de 24 meses. En cualquier caso el Consorcio podrá determinar el número de kits para distribuir en cada uno de los envíos en caso de necesidad del evento u acto en el que se participe, siendo lo más habitual el envío de 1 kit por evento.

7.6. REQUISITOS DE EJECUCIÓN Y DESPLIEGUE DE LOS SUMINISTROS.

El adjudicatario deberá tener en cuenta y respetar los siguientes puntos relativos a la ejecución del suministro:

- La empresa adjudicataria asegura la garantía mínima de dos años, en cada uno de los elementos suministrados.
- La empresa adjudicataria deberá garantizar el stock, la homogeneidad e idoneidad de los elementos suministrados, con objeto de cumplir eficazmente los pedidos realizados.

8.- ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO.

8.1.- EQUIPO DE TRABAJO.

Los requerimientos del equipo de trabajo a cumplir por el licitador para cada uno de los lotes, se describe a continuación:

<u>LOTE 1</u>

El equipo de trabajo mínimo a ofertar por los licitadores estará compuesto por:

- Un experto en marketing y tecnologías de la comunicación, al 100% de dedicación.
- Dos publicistas con experiencia contrastada, al 100% de dedicación.

Los requerimientos mínimos que debe cumplir el personal ofertado para realizar las funciones de la Asistencia Técnica correspondiente al objeto de contratos son los que se describen a continuación:

Conocimientos en Comunicación:

. Prospectiva en el ámbito de la Sociedad del Conocimiento: innovación social, Innovación empresarial; modernización de las Administraciones Públicas; Telecomunicaciones.

. Desarrollo y ejecución de Planes estratégicos de Comunicación: internos y externos.

. Diseño y planificación de campañas de publicidad.

. Documentación y análisis. Capacidad para la elaboración de informes.

. Dirección de proyectos de comunicación.

. Conocimiento de los medios, agencias.

. Diseño creativo y conceptual de eventos. Proyectos llave en mano.

. Control y aplicación del Manual de estilo de la Junta de Andalucía.

. Creación y diseño de marcas dentro de la SGTSI (Secretaría General Técnica de la Sociedad de la Información).

. Marketing en entorno 2.0

. Experiencia en el desarrollo de notas de prensa y redacción de artículos.

Conocimientos en contratación y producción:

. Conocimiento de normativa de contratación de las Administraciones Públicas.

. Redacción de pliegos para la puesta en marcha de proyectos y la contratación de actuaciones externas.

. Trato con proveedores, búsqueda de ofertas y evaluación de propuestas.

. Conocimientos técnicos para la contratación de infraestructuras y elementos necesarios para stands, carpas, conferencias y actuaciones concretas de difusión. Organización de eventos.

Conocimiento web:

. Conocimientos en usabilidad y arquitectura de la información.

. Nociones básicas en gestores de contenido web.

. Creación de metodologías de dinamización web.

. Elaboración de propuestas de diseño y comunicación web.

. Capacidad para la dirección de proyectos web: portales, blog, redes sociales.

Conocimiento en diseño

. Conocimiento programas de edición gráfica y maquetación.

LOTE 2

El equipo de trabajo mínimo ofertado por el licitador estará compuesto por tres personas con cobertura para trabajar fines de semana según las necesidades que marque el director del proyecto del Consorcio.

El equipo de trabajo mínimo a ofertar por los licitadores estará compuesto por:

- 2 expertos en marketing y tecnologías de la comunicación, con experiencia y perfil de "Community Manager", al 100% de dedicación.
- 1 técnico con experiencia contrastada, para la gestión y emisión de streaming, al 30% de dedicación.

Los requerimientos mínimos que debe cumplir el personal ofertado para realizar las funciones de la Asistencia Técnica correspondiente al objeto de contratos son los que se describen a continuación:

- Experiencia en dinamización telemática y en manejos y gestión de redes sociales.
- Experiencia en comunicación en distintos formatos y canales (Prensa, Radio, TV Digital Terrestre, TV IP, Cartelería Digital, Podcast, etc.
- Experiencia de al menos dos años en comunicación en empresas públicas y privadas.
- Experiencia en la realización y retransmisión de eventos en streaming.
- Experiencia en "C**ommunity Manager"** a lo largo de su trayectoria profesional.
    - Habilidades de coordinación. Gestión de equipos y proveedores, liderazgo, autonomía y capacidad de decisión.
    - Conocimiento sectorial
    - Conocimientos de marketing, publicidad y comunicación corporativa
    - Redacción de artículos en general´.
    - Escucha activa
    - Creatividad
    - Experiencia en comunicación online
    - Cultura 2.0

Cualificación. Titulaciones (Licenciados en Marketing, Publicidad, Comunicación empresarial, Periodismo digital, Guionistas, Creativos)

LOTE 3, 4

Los trabajos deberán ser realizados por un equipo de trabajadores suficientemente experto de la empresa adjudicataria. El licitador propondrá en su oferta un equipo de trabajo modelo para la ejecución del proyecto, identificando perfiles, C.V.s, tareas asignadas, número y dedicación en horas / hombre de los recursos aportados, responsabilidades, etc.

La falsedad en el nivel de conocimientos técnicos del personal ofertado y su experiencia, deducida del contraste entre la información especificada en la oferta y los conocimientos reales demostrados en la ejecución de los trabajos, implicará la sustitución inmediata del mismo, la aplicación de las penalizaciones estipuladas y, en su caso, la resolución del contrato.

El personal que se incorpore tras la formalización del contrato deberá ser el efectivamente propuesto por el adjudicatario.

La/s persona/s que emplee la adjudicataria en la prestación del servicio deberá/n dispensar trato agradable con todos los interlocutores del Proyecto a distintos niveles (C.E.I.C., personal del Consorcio, Centros Guadalinfo, Centros CAPI, Centros Asociados GUADALINFO, Comunidades Andaluzas en el Exterior, empresas proveedoras involucradas, asociaciones y O.N.G.s implicadas en los proyectos, usuario/as tractores, etc.) y disponer de capacidad de trabajo en equipo.

Caso de que por cualquier circunstancia (vacaciones, enfermedad, baja laboral, etc.) el técnico o técnicos destinado/s por la adjudicataria para la prestación del servicio y realización de los trabajos no pueda/n desempeñar el servicio objeto de este pliego, la empresa adjudicataria está obligada a sustituir a dicho/s técnico/s por otro/s de idéntico perfil y preparación, así como a comunicar dicha sustitución con la antelación que sea posible.

En cualquier caso la ausencia de prestación de servicio por parte de la empresa adjudicataria por más de dos días laborales sin causa justificada podrá ser motivo de la rescisión de contrato de forma unilateral por parte del Consorcio.

Los miembros del personal de la adjudicataria destinados a los trabajos deberán realizar todos los viajes y desplazamientos necesarios en todo el período de duración de los trabajos.

En momentos puntuales y dependiendo de la carga de trabajo en los proyectos, se solicitará a la empresa adjudicataria el aumento del número y/o dedicación de las personas disponibles en la prestación de los servicios de asistencia técnica.

9. DIRECCIÓN DEL PROYECTO.

El Consorcio designará una persona que actuará como su interlocutor para la supervisión ("Director del Proyecto"), coordinación, vigilancia y comprobación de la correcta ejecución de los trabajos y prestación de los servicios objeto del contrato.

La empresa adjudicataria deberá especificar un interlocutor técnico único a efectos del contrato (Delegado del Contratista), y responsable máximo de la Asistencia Técnica, que organizará la prestación de los servicios de acuerdo con el programa de realización de los trabajos, y pondrá en práctica las instrucciones del Responsable designado por El Consorcio.

El "Director del Proyecto" del Consorcio y sus colaboradores, acompañados por el "Delegado del Contratista", tendrán libre acceso a los lugares donde se realice la asistencia técnica o servicio y a los trabajos mismos.

9.1. HORARIO Y LUGAR DE PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS.

La jornada será de lunes a viernes, de acuerdo con las pautas de horario que se acuerden con el Consorcio, como norma general en jornada partida mañana/tarde. El personal dedicado a prestar los servicios de asistencia técnica objeto del contrato tendrá obligación de firmar una hoja de control, tanto al iniciar como al concluir la prestación de los servicios cada jornada.

El lugar de prestación de los servicios objeto de la contratación será, según la naturaleza de los trabajos y las necesidades de cada momento, indistintamente será:

- Las instalaciones específicamente destinadas a la asistencia técnica por el adjudicatario, que deberán estar ubicadas en Granada capital.

- La sede del propio Consorcio "Fernando de los Ríos" en Granada capital.

- La sede de la Consejería de Economía, Innovación y Ciencia (C.E.I.C.), en Sevilla

El lugar de presentación o entrega de cualquier resultado de los trabajos será la sede social del Consorcio, en Granada, o bien, y previa autorización y supervisión del Director/a de Proyecto del Consorcio, la Dirección General de Infraestructuras y Servicios Tecnológicos de la Consejería de Economía, Innovación y Ciencia (C.E.I.C.), en Sevilla Capital.

9.2. MEDIOS TÉCNICOS DE LA ASISTENCIA TÉCNICA.

En cualquier caso, y con independencia de la ubicación física de trabajo, el licitador proveerá a los miembros del equipo de trabajo del equipamiento informático y de telecomunicaciones, tanto hardware como software y licencias, necesario para el correcto desempeño de sus funciones en consonancia con los requerimientos del Consorcio.

9.3. SUBCONTRATACIÓN DE TAREAS.

Sin perjuicio de lo establecido en el Pliego de cláusulas jurídicas, en el caso de que el licitador proponga una solución que implique la participación de un proveedor externo subcontratado, el licitador deberá exponer el tipo de vínculo adoptado entre ellos para la presentación de la oferta y su experiencia anterior con dicho proveedor.

A efectos del contrato y del desarrollo posterior del proyecto, el adjudicatario será el único responsable del trabajo e interlocutor con el Consorcio. En todo caso, la subcontratación de tareas deberá ser aprobada por el Consorcio.

10. PROPIEDAD DE LOS TRABAJOS.

La empresa adjudicataria acepta expresamente que los derechos de los trabajos desarrollados al amparo del presente contrato corresponden únicamente a Consorcio, con exclusividad y a todos los efectos, incluido el de cesión.

Por parte de la adjudicataria, no se hará uso de los resultados de los trabajos bajo ningún concepto, y sólo serán utilizados como referencia o como base de futuros trabajos, cuando se disponga de la autorización expresa, por escrito, del propietario de los mismos.

Quedarán en propiedad del Consorcio la asistencia o servicios recibidos como los derechos inherentes a los trabajos realizados, su propiedad industrial y comercial, reservándose EL Consorcio su utilización, no pudiendo ser objeto de comercialización, reproducción u otro uso no autorizado expresamente por el Consorcio, y ésta, en consecuencia, podrá recabar en cualquier momento la entrega de los documentos o materiales que la integren, con todos sus antecedentes, datos o procedimientos.

El contratista tendrá la obligación de proporcionar en soporte informático al Consorcio todos los datos, cálculos, procesos y procedimientos empleados durante la elaboración de los trabajos.

Los trabajos que constituyan objeto de propiedad intelectual, se entenderán expresamente cedidos en exclusiva al Consorcio, salvo en el caso de derechos preexistentes, en los que la cesión puede no ser con carácter de exclusividad.

11. CONFIDENCIALIDAD DE LOS TRABAJOS.

No se podrá transferir información alguna sobre los trabajos ejecutados o información proporcionada por el Consorcio en el contexto del mismo a personas o entidades ajenas al contrato sin el consentimiento por escrito del Consorcio. La adjudicataria, si así se lo exigiere el Consorcio vendrá obligada a suscribir acuerdo de confidencialidad en este sentido si así le fuera exigido.

Así mismo la adjudicataria y sus profesionales limitarán el acceso, tratamiento o uso de datos de carácter personal a los mínimos estrictamente necesarios y exclusivamente pertinentes para la efectiva realización de los trabajos. En todo caso, dicho acceso o uso imposibilitan tal como es exigido, y así se comprometerá la adjudicataria, que no se podrá copiar o utilizar con fin distinto al que figura en este Pliego, ni tampoco ceder a otros ni siquiera a efectos de conservación.

En particular la empresa adjudicataria y sus profesionales participantes en los trabajos estarán obligados al cumplimiento de lo dispuesto en la Ley Orgánica 15/1999 de 13 de diciembre, sobre protección datos de carácter personal y especialmente en lo indicado en su artículo número 12.

A los efectos de interlocución, relaciones y garantía sobre el adecuado y correcto uso del material, información y datos suministrados o manejados durante el curso de los trabajos, la adjudicataria, sin perjuicio ni exención alguna en las responsabilidades propias que le incumben, designará, inmediatamente después de la adjudicación y por escrito, a un representante autorizado para el mantenimiento de las relaciones que se establezcan por esta causa con cualesquiera Administraciones Públicas.

12. PLAZOS Y PENALIZACIONES.

El plazo de ejecución del contrato es de veinticuatro meses (24), para sus cuatro lotes.

Con carácter general, los trabajos y servicios objeto de la contratación se realizarán por la empresa adjudicataria, en función de su naturaleza y ámbito, con las periodicidades y plazos indicados de forma detallada para cada servicio, entregable o tarea definidos en el presente Pliego de Prescripciones Técnicas.

No obstante, en función de la evolución de los trabajos y del proyecto global, el Director del Proyecto del Consorcio podrá proponer y acordar con la adjudicataria una periodicidad y plazos de entrega parciales, diferentes para los diferentes entregables o resultados de los trabajos, exceptuando el plazo para la puesta en marcha e implantación efectiva de los Servicios de Asistencia Técnica, que será de 15 DIAS HABILES desde el inicio de la ejecución del contrato.

A efectos de cumplimiento contractual y seguimiento de la contratación, y para la eventual aplicación de penalizaciones por retrasos, se establecen los siguientes plazos o hitos globales de los trabajos:

> La disponibilidad completa del local e infraestructuras generales de la Asistencia Técnica, así como de los recursos humanos de la empresa adjudicataria asignados al equipo de trabajo de los servicios, deberá realizarse en todo caso antes de transcurridos 15 DIAS HABILES desde la fecha de inicio de ejecución del contrato.

En lo que no estuviera suficientemente detallado o clarificado en los párrafos anteriores en cuanto a plazos de los trabajos, la adjudicataria seguirá:

- en primer lugar, los que, figurando en el Programa de Trabajos de la adjudicataria, en su caso, se hayan establecido con carácter de plazos parciales obligatorios, al darse conformidad al Programa de Trabajos por parte de la entidad contratante en el momento de la adjudicación.
- en segundo lugar, los que establezca, marque y determine el Director del Proyecto de el Consorcio.

La vigencia del contrato se extenderá hasta la aceptación final y certificación de los trabajos por parte del Consorcio.

La adjudicataria elaborará y remitirá al Consorcio, a lo largo de los tres primeros días de ejecución del contrato, un cronograma pormenorizado con detalle de los trabajos y servicios a realizar en cada fase del proyecto, detallando para cada una de ellas objetivos, hitos e indicadores cuantitativos de detalle a conseguir en cada una de esas fases. En dicho Plan de Trabajo se detallará asimismo la naturaleza y descripción de los entregables, documentación y resultados concretos a obtener en cada fase, con la finalidad de garantizar que la ejecución de los trabajos objeto del pliego se realicen y entreguen en los plazos y fechas establecidas.

En función de las actividades y tareas concretas de los Proyectos que se desarrollen y gestionen por el Consorcio durante la duración del presente contrato, los plazos para la realización de las actuaciones contratadas y los trabajos a desarrollar por la empresa adjudicataria podrán ser variados por el Director del Proyecto del Consorcio.

El contratista está obligado a cumplir el contrato dentro del plazo total fijado para la realización del mismo, así como de los plazos parciales señalados para su ejecución sucesiva.

Cuando el contratista, por causas imputables al mismo, hubiere incurrido en demora respecto al cumplimiento de los plazos establecidos, el Consorcio podrá optar indistintamente por la resolución del contrato o por la imposición de las penalidades diarias en la proporción de 0,20 euros por cada 1.000 euros del precio del contrato. Estas penalidades deberán ser proporcionales a la gravedad del incumplimiento y su cuantía no podrá ser superior al 10 % del presupuesto del contrato.

Cada vez que las penalidades por demora alcancen un múltiplo del 5% del precio del contrato, el órgano de contratación estará facultado para proceder a la resolución del mismo o acordar la continuidad de su ejecución con imposición de nuevas penalidades.

Si el retraso fuese producido por motivos no imputables al contratista y éste ofreciera cumplir sus compromisos dándole prórroga del tiempo que se le había señalado, se concederá por EL CONSORCIO un plazo que será, por lo menos, igual al tiempo perdido, a no ser que el contratista pidiese otro menor.

13. CALIDAD.

Los adjudicatarios reconocen el derecho del Consorcio para examinar por medio de auditores, externos o propios de la organización, y en la forma determinada por la entidad, el fiel cumplimiento de las obligaciones asumidas por los adjudicatarios, así como realizar inspecciones de los trabajos sin previo aviso.

El Consorcio tiene implantado un Sistema de Gestión de Calidad para la planificación, ejecución de los proyectos en base a la norma UNE-ISO 9001:2008. Según esto el licitador debe definir los procesos de comunicación adaptados a dichas normas de calidad. Se valorará que el adjudicatario este certificado en la norma UNE-ISO 9001.

En el caso de que el licitador afirme contar con dicha certificación, El Consorcio se reserva el derecho a:

- Requerir al licitante documentación adicional de su Sistema de Gestión de Calidad que afecte a los procesos o productos objeto del contrato.
- Requerir al licitante su Plan de Calidad específico para los procesos o actividades objeto del contrato.
- Auditar “in-situ” el Sistema de Calidad del licitador y/o sus proveedores.

La documentación de carácter general que se desee presentar (normativa interna, certificaciones, etc.) debe adjuntarse como anexo a la propuesta.

14. ACEPTACIÓN DE LOS TRABAJOS Y SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA.

El "Director" designado por el Consorcio para la supervisión del contrato (en adelante el Director del Proyecto del Consorcio) procederá a la recepción de todos los resultados y productos de los trabajos y servicios y a la aceptación de los mismos.

Para dicha recepción y aceptación, el contratista estará obligado a prestar satisfactoriamente todos los servicios descritos, con los perfiles propuestos para el concurso (siempre y cuando el Director del Proyecto el Consorcio no solicite una sustitución), y a entregar los productos finales de los trabajos y documentación acordada en las fechas establecidas.

La adjudicataria entregará al Consorcio sendas Actas de Recepción y Entrega de sus trabajos y servicios según el calendario acordado con el Director del Proyecto del Consorcio, a las que adjuntará todos los documentos e informes acreditativos de la efectiva y adecuada finalización de dichos hitos en el plazo establecido en este pliego.

El "Director" designado por el Consorcio en caso de disconformidad con el Acta de Recepción y Entrega, elaborará un informe detallando los incumplimientos y/o defectos observados fijando un plazo para la subsanación de los mismos, concluido el cuál, y en el caso de que no se haya recibido el Acta de Recepción y Entrega corregida con las modificaciones (cuando proceda) en los documentos, informes, recursos materiales o humanos, o cualesquiera otros elementos objeto de la contratación, comenzará a surtir efecto la penalización correspondiente en los mismos términos descritos con anterioridad para la aceptación de los trabajos.

El informe elaborado por el "Director" designado por el Consorcio, será remitido al adjudicatario para que cumpla sus obligaciones, no procediendo a dar por recibido y aceptado el objeto del contrato hasta que se hayan subsanado los defectos apuntados en su totalidad.

EL CONSORCIO tendrá un plazo de 10 días hábiles para aceptar o rechazar por disconformidad el Acta de Recepción y Entrega inicial. Para verificación, en su caso, de los defectos observados y subsanados por el adjudicatario, el Consorcio dispondrá de 3 días hábiles tantas veces como esto suceda hasta la aceptación definitiva del Acta de Recepción y Entrega.

Adicionalmente a todo lo anterior, e independientemente del procedimiento de Recepción de los trabajos explicado en los párrafos anteriores, el período de garantía de responsabilidad sobre las conclusiones emitidas en los informes y documentos de cualquier índole elaborados por la adjudicataria en el marco de la presente contratación, comprenderá 1 año desde la recepción de los mismos por el Consorcio.

15. CRITERIOS DE VALORACIÓN.

Para cada uno de los cuatros lotes los criterios de valoración serán los siguientes:

Criterio	*Peso*
PROPUESTA ECONÓMICA: Se calculará la cifra en euros correspondiente a la baja de cada oferta. A la cifra mayor se le dará la máxima puntuación y las demás serán valoradas de forma directamente proporcional.	50%
SOLUCIÓN PROPUESTA: Se valorará la solución propuesta por el licitador, para garantizar cada uno de los **requerimientos técnicos**, siguiendo el mismo índice del pliego conforme a la estructura de los lotes 1,2,3 y 4. Se expondrán, de manera detallada los procedimientos, metodologías de trabajo, herramientas, aplicativos, propuestas y modelos de informes solicitados, calidad técnica global y nivel de detalle de la oferta presentada. Se valorará la interpretación del licitador del trabajo a realizar así como la descripción, creatividad e innovación de las actuaciones e iniciativas planificadas ligadas a los objetivos y mensajes para la promoción y difusión del proyecto	15%
PLANIFICACIÓN, METODOLOGÍA Y MEDIOS TECNICOS: Valoración específica del programa de trabajos y medios técnicos propuestos. la planificación que se propone del mismo, ligada a los objetivos e indicadores que se desean alcanzar, así como la metodología propuesta para el seguimiento y evaluación continua del plan Estratégico de comunicación y promoción de proyecto Guadalinfo	15%
MODELO DE GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS DE LA EMPRESA: Se valorará la política de recursos humanos presentada por la empresa en el marco del desarrollo profesional de sus empleados, modelo de negocio, etc, con el fin de garantizar la continuidad del servicio en el periodo de vigencia del contrato y el cumplimiento de los requerimiento del concurso.	10%
MEJORAS APORTADAS POR LOS LICITADORES: Se valorará la oferta de prestaciones de servicios adicionales, posibles mejoras del servicio, o ampliaciones del alcance.	10%

16. PRECIO DEL CONTRATO Y MODELO DE OFERTA ECONÓMICA.

El presupuesto de la presente licitación es:

Presupuesto base	508.474,58 €
IVA (18%)	91.525,42 €
Presupuesto máximo total	600.000,00 €

Que se divide en los presupuestos correspondientes a cada Lote, y que se expone a continuación.

LOTE 1: SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA ESPECIALIZADA PARA LA DEFINICIÓN Y PUESTA EN MARCHA DEL PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN DEL "PROYECTO GUADALINFO.

El presupuesto del lote se establece en:

Presupuesto base	278.854,24 €
IVA (18%)	50.193,76 €
Presupuesto máximo total	329.048,00 €

Este precio incluye el IVA y demás tributos que sean de aplicación. No se admitirán las ofertas económicas que superen esta cantidad.

La oferta económica detallará el coste unitario de una hora de trabajo, para cada uno de los perfiles ofertados. Todos los precios se deben proporcionar en euros, calculados y presentados con dos decimales y con el desglose expuesto anteriormente.

LOTE 2: SERVICIOS DE GENERACIÓN DE CONTENIDOS, AGITACION 2.0, DINAMIZACIÓN TELEMÁTICA DE CONTENIDOS Y GESTIÓN DE LA COMUNIDAD VIRTUAL DE LA PLATAFORMA: www.guadalinfo.es.

El presupuesto máximo de la presente contratación es establece en:

Presupuesto base	136.400,00 €
IVA (18%)	24.552,00 €
Presupuesto máximo total	160.952,00 €

Este precio incluye el IVA y demás tributos que sean de aplicación. No se admitirán las ofertas económicas que superen esta cantidad.

En la oferta económica para este lote se indicará el precio unitario, en euros, con dos

decimales y sin IVA, de los servicios que se enumeran a continuación:

- Precio unitario para la dinamización de un evento “online” con las características que se definen en el apartado 5
- Precio unitario para la dinamización presencial de un evento en el territorio andaluz, con las características que se definen en el apartado 5
- Precio unitario para la dinamización presencial de un evento en territorio nacional, con las características que se definen en el apartado 5
- Precio unitario sesión de “streaming” con las características que se definen en el apartado 5

Los precios unitarios propuestos serán vinculantes para el licitador en el caso de que el Consorcio solicite la realización adicional, fuera de lo requerido en el pliego, de alguno de los servicios indicados.

LOTE 3: SERVICIO DE ALQUILER DE UN STAND ITINERANTE DESTINADO A LA DIFUSIÓN DEL “PROYECTO GUADALINFO”.

El presupuesto máximo de la presente contratación es establece en:

Presupuesto base	42.372,88 €
IVA (18%)	7.627,12 €
Presupuesto máximo total	50.000,00 €

Este precio incluye el IVA y demás tributos que sean de aplicación. No se admitirán las ofertas económicas que superen esta cantidad.

LOTE 4: SUMINISTRO DE MERCHANDISING PARA LA DIFUSIÓN DEL “PROYECTO GUADALINFO”.

El presupuesto máximo de la presente contratación es establece en:

Presupuesto base	50.847,46 €
IVA (18%)	9.152,54 €
Presupuesto máximo total	60.000,00 €

Este precio incluye el IVA y demás tributos que sean de aplicación. No se admitirán las ofertas económicas que superen esta cantidad.

17. INFORMACIÓN DE BASE.

El Consorcio facilitará a la empresa adjudicataria cuanta información disponga relacionada con las materias objeto del presente contrato, y gestionará la presentación del equipo de trabajo asignado a todos los representantes de los diversos agentes y empresas proveedoras que finalmente se involucren en los proyectos. Toda la información que se proporcione, no será utilizada por la adjudicataria, bajo ninguna circunstancia, para fines distintos de la asistencia técnica contemplada en la presente contratación.

18. CONTENIDO DE LA OFERTA TÉCNICA A PRESENTAR POR LOS LICITADORES.

La documentación a presentar por los ofertantes interesados en su Propuesta Técnica deberá incluir como mínimo los siguientes apartados:

LOTE 1

1. Descripción completa, alcance y planificación de los trabajos de asistencia técnica a realizar para cumplir con los requerimientos del presente pliego.
2. Propuesta en formato digital.
3. Visión y enfoque de la prestación de los servicios de asistencia técnica. Visión del entorno de negocio en el sector de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TICs) en Andalucía.
4. Descripción detallada de las infraestructuras básicas y técnicas y ubicación geográfica de la Oficina de Asistencia Técnica que se proponen por parte de la empresa ofertante.
5. Metodología de comunicación participativa, integrada en un sistema multimedia y multicanal (Prensa, Radio, TV Digital Terrestre, TV IP, Cartelería Digital, Postcads, etc.
6. Indicar la Capacidad para desarrollar producciones de videos y material multimedia: Estudios de grabación, de realización y de montaje. Laboratorios mutimedia /Estudios propios o concertados.
7. Definir los procesos de comunicación adaptados a las normas de calidad ISO, (se valora la certificación).
8. Descripción de las estructuras, periodicidad, índices y contenidos propuestos para los diferentes entregables incluidos en el objeto de la contratación.
9. Metodología general propuesta a emplear dentro del objeto de la contratación.
10. Metodología específica aplicada al seguimiento general de los trabajos.
11. Metodología específica aplicada al Control de Calidad de los trabajos.
12. Metodología aplicada al establecimiento, control y gestión del Archivo, informes, inventario de elementos, control de documentos, facturas, actas,y otros ficheros electrónicos relacionados con los proyectos.
13. Modelo de gestión de recursos humanos de la empresa: indicar la política de recursos humanos de la empresa en el marco del desarrollo profesional de sus empleados, responsabilidad social corporativa, modelo de negocio, etc,.
14. Descripción pormenorizada de los medios técnicos y humanos (detallando dimensionamiento de los recursos, dedicación, curricula y relación nominal del

personal asignado) a aportar para el cumplimiento del objeto del presente pliego, con detalle exhaustivo de su experiencia, cualificación o especialidad.

15. Documentación concreta y referencias acreditativas de trabajos realizados similares.
16. Propuesta de mejoras, por considerar que pueden convenir a la realización de la asistencia técnica, entendiendo por tales los incrementos tanto en calidad como en cantidad de la prestación objeto del contrato, y sin que los mismos tengan repercusión económica sobre el precio ofertado. En ningún caso, las mejoras tendrán la consideración de variantes o alternativas.

LOTE 2

1. Descripción completa, alcance y planificación de los trabajos de asistencia técnica a realizar para cumplir con los requerimientos del presente pliego.
2. Visión y enfoque de la prestación de los servicios de asistencia técnica. Visión del entorno de negocio en el sector de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TICs) en Andalucía.
3. Descripción detallada de las infraestructuras básicas y técnicas y ubicación geográfica de la Oficina de Asistencia Técnica que se proponen por parte de la empresa ofertante.
4. Metodología de comunicación participativa, integrada en un sistema multimedia y multicanal (Prensa, Radio, TV Digital Terrestre, TV IP, Cartelería Digital, Postcads, etc.
5. Descripción de las estructuras, periodicidad, índices y contenidos propuestos para los diferentes entregables incluidos en el objeto de la contratación.
6. Metodología general propuesta a emplear dentro del objeto de la contratación.
7. Metodología específica aplicada al seguimiento general de los trabajos.
8. Metodología específica aplicada al Control de Calidad de los trabajos.
9. Metodología aplicada al establecimiento, control y gestión del Archivo, informes, inventario de elementos, control de documentos, facturas, actas, ..., y otros ficheros electrónicos relacionados con los proyectos.
10. Modelo de gestión de recursos humanos de la empresa: indicar la política de recursos humanos de la empresa en el marco del desarrollo profesional de sus empleados, responsabilidad social corporativa, modelo de negocio, etc,.
11. Descripción pormenorizada de los medios técnicos y humanos (detallando dimensionamiento de los recursos, dedicación, curricula y relación nominal del personal asignado) a aportar para el cumplimiento del objeto del presente pliego, con detalle exhaustivo de su experiencia, cualificación o especialidad.
12. Documentación concreta y referencias acreditativas de trabajos realizados similares.
13. Propuesta de mejoras, por considerar que pueden convenir a la realización de la asistencia técnica, entendiendo por tales los incrementos tanto en calidad como en cantidad de la prestación objeto del contrato, y sin que los mismos tengan repercusión económica sobre el precio ofertado. En ningún caso, las mejoras tendrán la consideración de variantes o alternativas.

LOTE 3

La documentación a presentar por los ofertantes interesados en su Propuesta Técnica deberá incluir como mínimo los siguientes apartados:

1. Descripción completa, alcance y planificación de los trabajos a realizar y servicios a prestar para cumplir con los requerimientos del presente pliego.
2. Metodología general propuesta a emplear dentro del objeto de la contratación.
3. Infraestructuras y medios técnicos ofertados.
4. Metodología específica aplicada al seguimiento general de los trabajos.
5. Descripción pormenorizada de los medios técnicos y humanos a aportar, para el cumplimiento del objeto del contrato.
6. Documentación concreta y referencias acreditativas de trabajos realizados similares.
7. Propuesta de mejoras, por considerar que pueden convenir a la realización de los servicios, entendiendo por tales los incrementos tanto en calidad como en cantidad de la prestación objeto del contrato, y sin que los mismos tengan repercusión económica sobre el precio ofertado. En ningún caso, las mejoras tendrán la consideración de variantes o alternativas.

LOTE 4

La documentación a presentar por los ofertantes interesados en su Propuesta Técnica deberá incluir como mínimo los siguientes apartados:

1. Descripción completa, alcance y planificación de los trabajos de SUMINISTROS a realizar para cumplir con los requerimientos del presente pliego.
2. Descripción en base a especificaciones directas de fábrica de las características técnicas, dimensionamiento, calidades y prestaciones detalladas del elemento propuesto incluido en el objeto de la contratación.
3. Metodología específica aplicada al seguimiento general de los trabajos.
4. Documentación concreta y referencias acreditativas de trabajos realizados similares.
5. Propuesta de mejoras, por considerar que pueden convenir a la realización de los suministros, entendiendo por tales los incrementos tanto en calidad como en cantidad (número de elementos y/o dimensionamiento de los mismos) de los suministros objeto del contrato, y sin que los mismos tengan repercusión económica sobre el precio ofertado. En ningún caso, las mejoras tendrán la consideración de variantes o alternativas.
6. Plan de Contingencia para subsanar posibles retrasos que se produzcan en los trabajos. Detallando en el mismo los mecanismos previstos para garantizar los niveles de stock necesarios para cumplir los plazos del proyecto, evitando roturas de stock que retrasen los plazos comprometidos en la contratación.
7. Plan de Escalado: cadena jerárquica de responsables en la organización del adjudicatario para la comunicación de problemas e incidencias en la ejecución del proyecto, con tiempos máximos de respuesta, hasta nivel de Dirección General.

ANEXO

BRIEFING DE COMUNICACIÓN EXTERNA DEL PROYECTO GUADALINFO

1. INTRODUCCIÓN.

Han pasado ya 5 años desde que Guadalinfo comenzó a navegar. Lo que fue en sus inicios una experiencia piloto para una veintena de municipios andaluces se ha convertido en un verdadero proyecto de democratización de las nuevas tecnologías, de alfabetización digital en el ámbito rural y de transformación social de Andalucía.

Hoy día los centros Guadalinfo, funcionando como una compleja Red, están siendo los verdaderos protagonistas de la transformación de Andalucía, permitiendo consolidar una nueva vertebración del territorio y posibilitando que cualquier andaluz, con independencia de su lugar de residencia, su edad, su nivel cultural o económico, acceda a las redes, a las infraestructuras de telecomunicaciones que son las que actualmente canalizan el desarrollo económico y social.

Se ha cumplido con el objetivo de poner en marcha 693 centros, uno por cada municipio con menos de 20.000 habitantes de Andalucía. Se han abierto también 64 nuevos centros de acceso público internet en las barriadas de las grandes ciudades andaluzas con mayor riesgo de exclusión social o con necesidades específicas.

Y estamos extendiendo esta experiencia a 18 comunidades andaluzas en el exterior, que están encontrando en la Red Guadalinfo un cauce de proximidad y cercanía a la nueva realidad de sus municipios, muy diferente, sin duda, a la que dejaron atrás hace años.

En definitiva, nos encontramos ante la mayor red del país de acceso público a internet, con más de 750 centros que se extienden más allá incluso de la Andalucía geográfica, en la que ya participan asiduamente más de 600.000 andaluces.

Con el nuevo Plan para Guadalinfo 2009-2012 se pretende dar un paso más, y superar el papel de formadores e informadores que han venido desempeñando estos centros hasta ahora para convertirlos en verdaderos transformadores de su entorno. Con esta nueva estrategia los centros Guadalinfo han asumido un nuevo rol como creadores de nuevas oportunidades en sus municipios, detectando fortalezas y multiplicando los éxitos que la red está consiguiendo adaptándolos a cada caso concreto.

La Red Guadalinfo permite actuar no sólo en la realidad de cada municipio, sino también como piezas de un engranaje mucho mayor, capaz de transformar a la sociedad andaluza. Guadalinfo es ya mucho más que un proyecto de alfabetización digital y mucho más que un proyecto que está permitiendo acelerar el acceso a internet en términos de calidad desde los municipios más pequeños de Andalucía.

1 Guadalinfo se ha configurando como un generador de valor añadido para el crecimiento de Andalucía.

Crecimiento en igualdad, en solidaridad, en conocimiento de nuestra diversidad, en capacidad de relación con el exterior, en actitudes para el emprendimiento y la cooperación, en convivencia intergeneracional, en superación de barreras impuestas por discapacidades físicas o psíquicas, en integración social y cultural, y, en definitiva, en algo tan importante como la profundización democrática a través de nuevas vías de participación y compromiso ciudadano.

Hasta hace poco, las labores de comunicación de Guadalinfo ha supuesto la pieza clave para dar a conocer el proyecto e informar de su trayectoria, pero circunscribiéndose especialmente al ámbito del proyecto (usuarios/as de municipios andaluces de menos de 20.000 habitantes, alcaldes/as, dinamizadores/as, diputados/as). Las actuaciones de comunicación fuera de esta esfera se han limitado a notas de prensa, actualización de su antigua web, difusión de un boletín mensual, y participación en eventos en los que Guadalinfo, sin duda, se ha situado como uno de los principales proyectos de Sociedad de la Información puestos en marcha por un gobierno autonómico. En definitiva, el objetivo principal era informar, pero no comunicar el proyecto.

Con el nuevo plan estratégico, y especialmente desde que se puso la Red Social Guadalinfo, como motor de participación, se busca la garantía de éxito para cualquier iniciativa puesta en marcha por las administraciones pública: conseguir un alto grado de participación activa de los agentes que deben darle vida. Y en el caso de Guadalinfo el éxito depende no sólo de los que viven en un municipio con centro Guadalinfo, nos referimos a toda la ciudadanía en general.

Ahora contamos con un plan estratégico, unos objetivos y unos planteamientos más ambiciosos. Queremos comunicar una filosofía, un estilo de vida y convertirlo en innovación, fuente de oportunidades y espejo de las ideas de cada uno de los andaluces y andaluzas, independientemente de donde vivan o en el ámbito en el que desarrollen su actividad.

El Plan de Comunicación que planteamos en este documento va más allá de la información, puesto que pretende involucrar a todos y todas en un proyecto común, de manera que la Red Guadalinfo se convierta en el espacio de dinamización de referencia en el que la sociedad andaluza se desarrolla en red y en igualdad hacia una sociedad del conocimiento cosmopolita, innovadora, corresponsable y sostenible. Es el proyecto de cada uno de nosotros y nosotras y, a la vez, el de todos, para transformar Andalucía.

2. ALCANCE.

El ámbito temporal del Plan de Comunicación Externo está contemplado durante los años 2010-2012, dando cobertura al plazo de vigor y ejecución del Plan Estratégico Guadalinfo.

En el presente documento se plantean los principales ejes sobre los que ha de construirse el plan de comunicación del proyecto. Con este documento se enmarca la estrategia de Guadalinfo sobre unas bases del plan de comunicación que tendrá que ser desarrollado en detalle por la empresa adjudicataria.

Ejes del plan de comunicación:

- OBJETIVOS A ALCANZAR
- PÚBLICOS A LOS QUE VA DIRIGIDO
- MENSAJES
- PLAN DE ACCIONES (Tipología)

3. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN DE GUADALINFO

1. .- **Posicionar Guadalinfo ante un público universal, más allá del ámbito local.**
2. .- El objetivo de cada acción debe conseguir que los andaluces reconozcan en el espacio social "Guadalinfo" el medio para desarrollar su potencial innovador (estrategia).
3. .- Mejorar la imagen de Andalucía en el exterior en materia de innovación y conocimiento (Andalucía 10).
4. .- Conseguir que los andaluces se impliquen en la construcción de una Andalucía sostenible.
5. .- Lograr la participación de los agentes integrantes del proyecto, en especial de los dinamizadores, en el nuevo Plan estratégico 2009-2012 como corresponsables del éxito y sostenibilidad del proyecto.
6. .- Sostener, acrecentar e impulsar y defender la relación establecida entre Guadalinfo y las redes de usuarios creadas en torno al proyecto a través de la escucha y la presencia activa.
7. .- Generar alianzas estratégicas con otros proyectos, organismos e instituciones clave para el posicionamiento del proyecto.
8. .- Conseguir "en la calle" prescriptores de la marca Guadalinfo.
9. .- Crear y/o fortalecer el orgullo de pertenencia a Guadalinfo.
10. .- Referenciar a Guadalinfo como proyecto que posibilita la plena accesibilidad.
11. .- Dar a conocer el enorme potencial del proyecto en el binomio espacio virtual (red social) y territorio (centros).

12. .- Fomentar la participación de los andaluces en la sociedad global a través de la creación y aportación de contenidos digitales de calidad.

13. .- Incrementar el nivel de atención sobre el proyecto de responsables municipales que no pertenecen a la Red Guadalinfo.

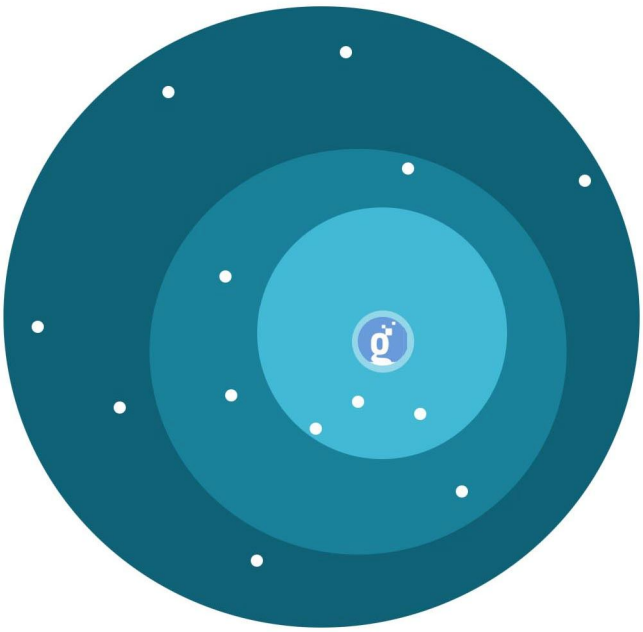
4. desarrollo del plan.

4.1. públicos

Públicos del Plan de comunicación:

Las estrategias de comunicación actuales hacen cada vez más referencia a un nuevo modelo de relación con el público. Se está evitando emplear modelos tradicionales de comunicación en los que el público era un simple destinatario de la información, para empezar a contemplarlos como parte importante del desarrollo de las campañas de difusión. En este sentido, el Plan de Comunicación de Guadalinfo ha de contemplar a sus públicos desde un prisma muy actual. En sí mismo Guadalinfo es una red social y esto conlleva unos planteamientos específicos a la hora de dirigirse a sus públicos.

En este documento tratamos de hacer referencia a los públicos teniendo en cuenta la **relación actual de la sociedad hacia Guadalinfo**. Es la estrategia que se viene denominando de “los círculos concéntricos” en la que Guadalinfo como proyecto está en el centro, y de forma circular su público destinatario se va concentrando en puntos diversos de un universo, en el que la comunicación entre ellos también existe y, por tanto, forman parte de la propia comunicación del proyecto.



Universo de Públicos Guadalinfo

2.1 Público externo directo:

. La sociedad andaluza en general. Si Guadalinfo aspira a ser la red de los andaluces en red, toda persona andaluza o interesada por Andalucía, con independencia de su motivación, nos interesa como público en Guadalinfo.

¿Qué puede ofrecer nuestra red social a la sociedad andaluza? Información sobre qué ocurre en Andalucía, cuál es su actividad, nodos virtuales creados por intereses personales, económicos, locales, sociales, laborales, científicos, culturales, etc. En definitiva, un espacio en el que estar en permanente contacto para "vivir y ser Andalucía".

. tejido asociativo
. colectivos sociales en riesgo de exclusión
. andaluces en el exterior
. responsables municipales
. instituciones, organismos: actores-clave del entorno político-social andaluz
. tejido empresarial, especialmente el sector TIC
. otras consejerías: educación, salud, medio ambiente, turismo, igualdad y bienestar,…

En definitiva, andaluces y andaluzas en general, que viven en Andalucía o fuera de ella.

2 Un público que hay que animar a conocer Guadalinfo para interactuar y generar dinámicas de vinculación y compromiso para la transformación del territorio.

. **Comunidad de telecentros del nacional y supranacional.**

. Perfiles de reconocido prestigio con **influencia en el universo digital**: bloggers, periodistas digitales, analistas de las redes sociales, etc.

2.2 Público implicado en este Plan: (objetivo del mismo)

. Usuarios y usuarias Guadalinfo. Ya tenemos casi medio millón de andaluces en Guadalinfo a los que debemos cuidar y fidelizar. Hacia ellos debemos dirigir los esfuerzos por generar contenidos y espacios de interés que refuercen su sentimiento de pertenencia al proyecto. Quienes conocen Guadalinfo deben poder observar sus evoluciones, novedades y crecimiento, por lo que también son un público objetivo de las acciones recogidas dentro de este Plan.

. **Dinamizadores/as Guadalinfo.** Hay que lograr su completa implicación en el plan estratégico haciéndoles corresponsables del éxito y sostenibilidad del proyecto. Son los particulares Community Manager en la red social de Guadalinfo y los cónsules de la innovación en los municipios de Andalucía. Son, quienes habiendo asimilado la estrategia, saben adherir seguidores identificando las necesidades e intereses de éstos con los recursos que les ofrece el proyecto.

. **Responsables municipales Guadalinfo**: A los alcaldes y responsables municipales debemos implicarlos en el plan estratégico para que vivan Guadalinfo, haciéndoles corresponsables del éxito y sostenibilidad del proyecto.

. **Medios de comunicación tradicionales.** Serán los transmisores de nuestro mensaje y de la imagen que queremos exportar de Guadalinfo. Para llegar a nuestro principal objetivo, dar a conocer Guadalinfo y adherir usuarios, necesitaremos su valor de capilaridad y su capacidad de difusión. Pondremos el foco en las **ediciones digitales de los medios de comunicación**.

. Social Media: blogs, redes sociales, microblogging, wikis, comunidades, etc. ***Guadalinfo debe dirigirse a la gente, donde esté la gente.***

4.2. MENSAJES.

Ideas fuerza que definen el proyecto:

Guadalinfo es el entorno digital en el que la sociedad andaluza se transforma para superar límites culturales, económicos y sociales.

Guadalinfo es en esencia la Andalucía ciudadana, vital e innovadora, la Andalucía en la Red.

Guadalinfo es ya la red social de todos los andaluces y andaluzas, donde la exclusión social no tiene cabida. Para participar activamente sólo es necesario compartir inquietudes, ideas, deseos y aspiraciones comunes.

La definición de Guadalinfo como red social refleja el espíritu del proyecto en esta etapa, en la que Andalucía se abre al mundo y se interrelaciona para generar nuevas redes, siendo Internet el escenario en el que la ciudadanía comparte conocimiento y desarrolla proyectos vitales.
Una etapa en la que el centro Guadalinfo se concibe como una herramienta multifunción, una referencia física, al servicio de esta red de redes virtuales y del territorio compuesta por dinamizadores y usuarios.

Para garantizar la implementación de la red social es fundamental el trabajo desarrollado desde los centros Guadalinfo, "espacios públicos de libre acceso que vuelcan buena parte de sus esfuerzos a generar proyectos e iniciativas entre los ciudadanos, conectándolos y estimulando su capacidad de cambiar y mejorar el lugar donde viven". Los destinatarios de los centros son todos los ciudadanos y ciudadanas que viven en municipios de menos de 20.000 habitantes. La red Guadalinfo presta una especial atención a los sectores sociales con un punto de partida en desventaja: Situación de desempleo, situación de riesgo de exclusión, etc.

Guadalinfo representa el fomento del bienestar, la calidad de vida y la capacidad de innovación de los andaluces a través del uso de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación.

El Plan estratégico Guadalinfo 2009-2012 representa la actitud y la capacidad de la red Guadalinfo para que los cambios que deseamos y los objetivos que nos planteamos se trasladen definitivamente a la realidad cotidiana de la sociedad andaluza. CON EL NUEVO PLAN ESTRATÉGICO 2009-2012, GUADALINFO DA UN PASO MÁS PARA CONVERTIRSE EN EL ESPACIO TRANSFORMADOR DE SU ENTORNO.

Los dinamizadores son creadores de nuevas oportunidades en sus municipios, con la detección de las fortalezas y multiplicando los éxitos que la Red Guadalinfo está consiguiendo adaptándolos a cada caso concreto.
GUADALINFO PROPORCIONA UNA BUENA OPORTUNIDAD PARA QUE PERSONAS O GRUPOS PARTICIPATIVOS TAMBIÉN PUEDAN OBTENER BENEFICIOS ECONÓMICOS DIRECTOS A PARTIR DE PROYECTOS VIABLES Y EFICACES EN UNA ÉPOCA DE CRISIS COMO LA QUE ESTAMOS VIVIENDO.

Guadalinfo hoy pone al servicio de todos los andaluces, sea cual sea su situación geográfica, económica, social o cultural, acceso de calidad a las TIC, especialmente a Internet, y aprendizaje de estas herramientas a través de la RED DE CENTROS DE ACCESO PÚBLICO A INTERNET.

Una red que ha llegado ya a formar parte de la vida de 500.000 andaluces, lo que la convierte en una red social de primera magnitud.

Una red que está superando ya los límites de los centros para convertirlos en nodos móviles de acceso universal, gracias a nuevos dispositivos de comunicaciones móviles para el acceso a Internet de banda ancha.

Una red que posibilita la plena accesibilidad de los andaluces a la Sociedad de la Información.

La red social Guadalinfo es pionera en acelerar la transformación del territorio facilitando el acceso a los contenidos de calidad generados por la ciudadanía y las instituciones.

La red debe dar respuesta a las inquietudes y necesidades de los potenciales usuarios: población, tejido empresarial y asociativo de los municipios.

El acceso de los usuarios a contenidos de alto valor para el territorio, a comunidades de intereses comunes y a los mecanismos de participación ciudadana y generación colectiva de conocimiento, acelera de manera natural el desarrollo de los objetivos estratégicos de Guadalinfo en el territorio, acercando los valores y las instituciones a sus ciudadanos y éstos, a su vez a la Sociedad de la Información.

Una red que adopta iniciativas para promocionar la gestión telemática con medidas de motivación para la participación ciudadana, implantación de la cultura digital etc.

Y para mejorar la calidad de vida de colectivos dependientes, con proyectos de internet para cuidadores y cuidadoras, fomento de TIC para establecer relaciones, cursos de seguridad etc.

GUADALINFO EN EL CONTEXTO DE LA ANDALUCÍA SOSTENIBLE…

LA RED GUADALINFO ES UN INSTRUMENTO DE ENORME POTENCIAL PARA CONSTRUIR CAPITAL SOCIAL, Y POR TANTO ESPECIALMENTE IMPORTANTE EN LA POLÍTICA REGIONAL DE INNOVACIÓN ANDALUZA.

ESTA RED CUBRE ASPECTOS ESENCIALES QUE, DIRECTA O INDIRECTAMENTE, INCIDE EN TRES EJES QUE SERÁN CLAVE EN ESE CAMBIO EN EL MODELO PRODUCTIVO NACIONAL QUE EL GOBIERNO ESPAÑOL QUIERE INICIAR EN NUESTRA COMUNIDAD, A TRAVÉS DE LO QUE SE HA DENOMINADO 'ANDALUCÍA SOSTENIBLE'. ESTOS ELEMENTOS CLAVES SON LA CAPACITACIÓN DE LAS PERSONAS, LA CONSOLIDACIÓN DE LAS INFRAESTRUCTURAS TECNOLÓGICAS Y LA APUESTA POR SECTORES DE FUTURO.

LA RED GUADALINFO ES UNA HERRAMIENTA QUE CONTRIBUIRÁ A PROMOVER UN CAMBIO POSITIVO, AYUDANDO A LAS PERSONAS Y LAS COMUNIDADES A AVANZAR HACIA UNA ECONOMÍA BASADA EN EL CONOCIMIENTO.

ESTÁ PERMITIENDO ACELERAR EL ACCESO A INTERNET EN TÉRMINOS DE CALIDAD DESDE LOS MUNICIPIOS MÁS PEQUEÑOS DE ANDALUCÍA. GUADALINFO SE HA CONFIGURANDO COMO UN GENERADOR DE VALOR AÑADIDO PARA EL CRECIMIENTO DE ANDALUCÍA.

CRECIMIENTO EN IGUALDAD, EN SOLIDARIDAD, EN CONOCIMIENTO DE NUESTRA DIVERSIDAD, EN CAPACIDAD DE RELACIÓN CON EL EXTERIOR, EN ACTITUDES PARA EL EMPRENDIMIENTO Y LA COOPERACIÓN, EN CONVIVENCIA INTERGENERACIONAL, EN SUPERACIÓN DE BARRERAS IMPUESTAS POR DISCAPACIDADES FÍSICAS O PSÍQUICAS, EN INTEGRACIÓN SOCIAL Y CULTURAL, Y, EN DEFINITIVA, EN ALGO TAN IMPORTANTE COMO LA PROFUNDIZACIÓN DEMOCRÁTICA A TRAVÉS DE NUEVAS VÍAS DE PARTICIPACIÓN Y COMPROMISO CIUDADANO.

4.3. ACCIONES.

Con la intención de hacer del plan de comunicación Guadalinfo la proyección del Plan Estratégico, las acciones se dividen en dos líneas: Línea Conozco. Línea Participo.

Línea CONOZCO: Hacemos visible Guadalinfo a la totalidad de los andaluces. Dejamos atrás el concepto de red de centros con presencia en municipios de menos de 10.000 o de menos 20.000 habitantes. Saltamos el plano físico, "ser de Guadalinfo responde a un interés personal no de pertenencia a un lugar físico".

. El proyecto deberá realizar un estudio de mercado, diagnosis para averiguar qué población andaluza conoce Guadalinfo, qué es y para qué sirve.

. Riesgo: la relación que establezcamos con los potenciales usuarios a través de este tipo de acciones puede no tener continuidad en los centros o en la red. Es decir, es vital proyectar una imagen real de lo que ya es Guadalinfo.

ACCIONES

Con el objetivo de difundir la marca Guadalinfo y su poder de transformación y cambio individual, colectiva y del territorio, y captar usuarios, se proponen las siguientes acciones, que deben ser diseñadas atendiendo a mecanismos que nos permitan conocer el grado de impacto de cada una de ellas sobre el público al que van dirigidas:

. Campaña de publicidad ATL: empleo de medios masivos (Canal Sur TV y otros medios generalistas de prensa, radio) y soportes urbanos dirigida a la ciudadanía en general. (Objetivo 2 y 3 del presente Plan: Identificar Guadalinfo como el espacio innovador, el elemento acelerador del desarrollo de la sociedad andaluza a través de Internet y las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. ¿Qué puedes hacer en Guadalinfo?), así como otros medios más especializados, como revistas, portales generalistas, prensa especializada, etc.

. Campaña de publicidad BTL: empleando medios directos y diferentes según la segmentación de público establecida. Mailings, mensajes sms, acciones de marketing directo.

. Ronda para la detección de grupos de interés aliados del cambio (tejido social y cultural, tejido empresarial, tejido económico y de empleo, etc.). Diseño de un plan de reuniones-presentaciones acordes a una estrategia de colaboración con éstos.

. Diseño de un plan de alianzas estratégicas con administraciones (consejerías, ayuntamientos), organismos e iniciativas oficiales. (Objetivos 5, 8,…). Ejemplos: Consejería de Turismo y Andalucía 10.

. Presencia en congresos, eventos y ferias de interés y distintos ámbitos de actuación: FICOD, Conferencia del SL, Evento Blog… Ferias de los Pueblos de Andalucía, Feria del libro en provincias andaluzas (Objetivos 1, 5, 8).

. Organización de eventos que proyecten Guadalinfo sobre la ciudadanía acercando el plano digital al físico: Encuentro de usuarios; acciones como "Guadalinfo Play, GuadaNavidad"; jornadas digitales en la red social; tertulias digitales; promociones en redes sociales…

. Contar con la participación de prescriptores que asuman la estrategia de Guadalinfo dirigida a la ciudadanía y "transmitan el orgullo de pertenencia".

. Potenciar los canales 2.0 del proyecto: red social guadalinfo, blog Guadalinfo, perfiles en redes sociales y Social media. El objetivo de esta acción es promocionar Guadalinfo, captar usuarios.

. Creación de carnet Guadalinfo con privilegios "de marca" llegando a acuerdos con entidades turísticas, culturales y de ocio (cines, museos, compra de libros, viajes, etc.).

Línea PARTICIPO:

Objetivos:

. **Implicar al público objetivo**, los andaluces, a participar en la red social. Captación de nuevos usuarios con objeto de generar contenidos digitales de calidad. "Qué puedes hacer en Guadalinfo".

. **Construcción colectiva** de la red en base a la estrategia.

. **Desarrollo de acciones de visibilidad de la Red** que consigan que sucedan cosas en nuestra red social.

. **Promoción de lo que Guadalinfo puede hacer por ti**. La ciudadanía, especialmente la ubicada en los entornos rurales, debe conocer la nueva oferta formativa y de participación en los centros. Edukanda, Wikanda, Participa, etc.

. **Promocionar el uso responsable de las TIC.** Sinergias con Crecer en Red: implicación de los padres en la navegación segura de sus hijos por Internet. Descarga de filtros; Kiddia; 37seis.

. Sinergias con el concepto y los nuevos servicios de la movilidad**: la Banda Ancha ha llegado a tu municipio, ¿cómo la vas a utilizar?** Acciones encaminadas a poner en valor que por fin no hay límites. Como tantas veces hemos dicho, el centro eres tú.

Saltamos el plano físico, Guadalinfo despliega la actividad desarrollada por la Red Guadalinfo desde los entornos reales y cotidianos de los andaluces y sus espacios de convivencia, trabajo y ocio al mundo a través de Internet, con lenguaje y herramientas de participación 2.0 convirtiéndose en la primera "red social territorial" para la transformación del territorio desde el escenario social de Internet.

Línea ME IMPLICO:

El objetivo de esta línea es fomentar que los distintos públicos Guadalinfo pasen **de la intención a la implicación en acciones concretas**: desarrollo de proyectos=desafíos; puesta en marcha de redes; trámites con la Administración, etc.

Esta línea debe tener muy presente a los alcaldes, dinamizadores y usuarios Guadalinfo. El fin será la constitución de las **Embajadas de la Innovación en los municipios.**

. Difusión por distintos canales de la Red.

4.4. CALENDARIO.

La empresa adjudicataria deberá implementar un calendario global de trabajo donde se incluyan las actuaciones descritas en el apartado anterior.

5. EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PLAN DE COMUNICACIÓN.

[[ESTE APARTADO DEBERÁ SER REVISADO Y ADECUADO POR LA EMPRESA RESPONSABLE DE LA EVALUACIÓN DEL PROYECTO]]

La evaluación del Plan de Comunicación es uno de sus elementos fundamentales. Dicha evaluación tendrá por objeto valorar el grado de consecución de los objetivos del mismo, esto es, medir la eficacia de las medidas de comunicación una vez que se llevan a la práctica.

Está previsto realizar una evaluación continua a lo largo del período de vigencia del Plan, en los años 2011 y 2012, que permitirá comprobar si la aplicación del Plan ha logrado aumentar la visibilidad del Proyecto, la confianza de los usuarios en los servicios y recursos puestos a disposición de la ciudadanía en el marco del mismo y el papel desempeñado por la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa y demás agentes participantes en Guadalinfo.

Además se realizarán las pertinentes evaluaciones en el marco de los procesos de evaluación externos previstos para Guadalinfo, incorporándose su resultado a los informes preceptivos de la evaluadora como un epígrafe específico. Cuando se haya llevado a cabo esta evaluación general siguiendo la metodología de evaluación que se establezca en la guía metodológica que la evaluadora externa elabore a estos efectos, los informes resultantes serán objeto de valoración por la Comisión de Seguimiento de este Plan descrita más adelante.

Por todo lo anterior y para cada uno de los objetivos propuestos, se proponen a continuación una serie de indicadores y sus valores objetivos que nos permitirán medir el éxito o fracaso del plan y de las medidas incluidas en éste.

Los indicadores propuestos cumplen con las siguientes características inherentes a todo buen indicador:

- Disponibilidad: los datos básicos para la construcción del indicador deben ser de fácil obtención sin restricciones de ningún tipo.
- Simplicidad: el indicador debe ser de fácil elaboración.
- Validez: la validez de los indicadores significa que éstos deben tener la capacidad de medir realmente el fenómeno que se quiere medir y no otros.
- Especificidad: si un indicador no mide realmente lo que se desea medir, su valor es limitado, pues no permite la verdadera evaluación de la situación al reflejar características que pertenecen a otro fenómeno paralelo.
- Confiabilidad: los datos utilizados para la construcción del indicador deben ser fidedignos (fuentes de información satisfactorias).

- Sensibilidad: el indicador debe ser capaz de poder identificar las distintas situaciones de salud aún en áreas con distintas particularidades, independientemente de la magnitud que ellas tengan en la comunidad.

- Alcance: el indicador debe sintetizar el mayor número posible de condiciones o de distintos factores que afectan la situación descrita por dicho indicador. En lo posible el indicador debe ser globalizador.

- Ciudadanos del mundo que han cambiado su percepción de Andalucía gracias al Proyecto Guadalinfo.

INDICADOR	VALOR OBJETIVO	OBJETIVOS A LOS QUE RESPONDE	FUENTE DE INFORMACIÓN
% Ciudadanos **y ciudadanas** que conocen Guadalinfo gracias a las acciones enmarcadas en el plan de comunicación del Proyecto.	50%	1, 8, 11	Encuestas
% usuario/as que se incorporan a la red fruto de las medidas incluidas en el plan de comunicación externo.	25%	1, 8, 11	Encuestas
% de usuarios y usuarias que confían en los beneficios y posibilidades de Proyecto	90%	3, 4, 6, 10, 11	Encuestas
Grado de implantación del Plan de Comunicación	100%	Todos	Equipo de Proyecto
Nº de eventos organizados por el Proyecto Guadalinfo		8, 11, 13	Equipo de Proyecto
Nº de eventos en los que Guadalinfo participa		8, 11, 13	Equipo de Proyecto
Nº de publicaciones		8, 11, 13	Equipo de Proyecto

realizadas (libros, folletos, revistas, CD, DVD, videos).			
Grado de satisfacción de los agentes del Proyecto con el impacto provocado por el plan de comunicación.	85%	9, 10, 11	Entrevistas
Nº de referencias a "Guadalinfo" en Google	1.000.000	1, 5, 6, 8, 11	Medición directa
Promedio anual de visitas a Guadalinfo.es.	15.000.000	1, 2, 5, 11, 12	Sistemas de información
Nº de documentos distribuidos por canales internos (JdA, DD.PP., CFR, Ayuntamientos,…)		9, 10, 11, 13	Equipo de Proyecto
Nº de documentos distribuidos por canales externos (Web, Mailing,…)		8, 10, 11	Equipo de Proyecto
Nº de veces presente en prensa escrita y online		8, 10, 11, 13	Equipo de Proyecto
Nº de veces presente en radio y TV		8, 10, 11, 13	Equipo de Proyecto
Nº de Alianzas establecidas con otros Proyectos con motivo del Plan de Comunicación		7, 11, 13	Equipo de Proyecto
% de usuarios de la Red que aportan contenidos relacionados con acciones de sensibilización	10%	2, 4, 8, 12	Sistemas de información
Nº de amigos de la Red Social Guadalinfo en Facebook		1, 5, 6, 8, 11	Sistemas de Información