



DOCUMENTO DE SOLICITUD DE OFERTAS PARA LA CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS PROFESIONALES PARA LA ELABORACIÓN DE UNA GUÍA DE COMUNICACIÓN PARA UN KIT DE PRODUCTOS COMUNICATIVOS SOBRE LA IMPORTANCIA LOCAL DE LA IMPLEMENTACIÓN LOCAL DE LA AGENDA 2030.

Expediente CM_47_2024

22 de octubre de 2024

ANTECEDENTES

La Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP) es la Asociación de Entidades Locales de ámbito estatal con mayor implantación, constituida al amparo de lo dispuesto en la Disposición Adicional Quinta de la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases de Régimen Local y fue declarada como Asociación de Utilidad Pública mediante Acuerdo de Consejo de Ministros de 26 de junio de 1985, que agrupa a municipios, provincia e islas.

Por su parte, la Red de Entidades Locales de la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible se constituyó formalmente en la Asamblea celebrada el 21 de octubre de 2020 y a fecha del presente documento cuenta con 688 Entidades Locales adheridas (Ayuntamientos, Diputaciones Provinciales, Cabildos y Consejos Insulares) que están comprometidas con la aplicación de los ODS de la Agenda 2030 de forma transversal en las políticas públicas municipales. Además de ello, cuenta con la participación de Socios Observadores y Socios Colaboradores entre los que figuran Federaciones Territoriales, Mancomunidades de Municipios y Comunidades Autónomas.

El principal objetivo con el que nace la Red es favorecer la coordinación de actuaciones entre los Gobiernos Locales, permitiendo alcanzar mejores resultados en la implementación de la Agenda 2030 en los municipios y provincias, a través de la localización y desarrollo de los ODS en el ámbito local. De esta forma, la Red ofrece herramientas, pautas y propuestas de actuación a los Gobiernos Locales para que alcancen sus objetivos de implementación de la Agenda 2030, teniendo muy presente una de las principales premisas de la Agenda 2030: no dejar a nadie atrás.

Desde sus inicios, como forma de favorecer la participación interna de la RED, se crean distintos grupos de trabajo a través de los que se identifican las principales necesidades de las Entidades Locales, entre las que se encuentran, mejorar la comunicación que en materia de Agenda 2030 realizan los miembros de la Red.

Con estos antecedentes, la FEMP da un paso más y pone en marcha el presente procedimiento de adjudicación con el objetivo de contratar los servicios profesionales para la elaboración de una guía de comunicación para un kit de productos comunicativos sobre la importancia de la implementación local de la Agenda 2030 en el nivel local con cargo al Convenio entre la Secretaría de Estado para la Agenda 2030 y la Federación Española de Municipios y Provincias, por el que se

1



instrumenta la subvención nominativa en los Presupuestos Generales del Estado de 2023 para el fortalecimiento de la Red de Entidades Locales para la Agenda 2030.

1.- OBJETO

El objeto del contrato estará constituido por la prestación, por parte de la adjudicataria, de los servicios profesionales para la elaboración de una guía de comunicación para un kit de productos comunicativos sobre la importancia de la implementación local de la Agenda 2030 dirigido a las entidades integradas en la Red de Entidades Locales de la Agenda 2030.

El contrato se ajustará al presente documento, cuyo contenido se considerará parte integrante de aquel y cuyas cláusulas y prescripciones deben regir la ejecución y condiciones de la prestación.

Los objetivos que se pretenden conseguir son los siguientes:

Con carácter general, con la guía de comunicación para el kit de productos comunicativos se busca proporcionar al conjunto de Gobiernos Locales de la Red el uso de herramientas efectivas y adaptables para facilitar y posibilitar la capacidad informar, educar y movilizar a sus comunidades en la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible establecidos por la Agenda 2030, atendiendo a la diversidad características y situaciones de los 688 municipios y provincias que forman parte de la Red en el momento de elaboración de este pliego.

2

Para ello, la guía de comunicación debe tener en cuenta las herramientas y productos comunicativos que se elaboren centrados en:

- Difundir la importancia de la Agenda 2030 en el ámbito local:
- Incentivar la implementación de la Agenda 2030 en el conjunto de la acción del Gobierno Local.
- Difundir los avances alcanzados en la implementación de la Agenda 2030 por parte de cada Entidad Local y cómo estos avances se traducen en beneficios concretos para la ciudadanía.
- Promover la comprensión y aplicación de la Agenda 2030 por parte de los distintos actores presentes en el territorio (sector educativo; distintas organizaciones de la sociedad civil: organizaciones medioambientales, culturales, deportivas, de migrantes, de igualdad de género, de mayores, de protección a la infancia, de cooperación internacional al desarrollo...; sector empresarial; asociaciones de vecinos...).
- Combatir la corriente negacionista de la Agenda 2030 y desmentir los bulos y las campañas de desinformación que están proliferando, promoviendo siempre un enfoque positivo y constructivo.
- Visibilizar la capacidad de transformación que hay desde lo local para afrontar los retos eco sociales a los que nos enfrentamos en el momento actual, teniendo en cuenta la triple dimensión económica, social y medioambiental del desarrollo que sintetiza la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible.

- Promover la creación de una bolsa de técnicos voluntarios que puedan participar y apoyar en jornadas de sensibilización de la propia Red.
- Promover la creación de un equipo con expertos de comunicación de las entidades miembro de la Red: formar un equipo con expertos en comunicación para mejorar la difusión y comprensión de los ODS en las entidades de la Red.
- Promover el hermanamiento entre ciudades para compartir experiencias y buenas prácticas en la implementación de los ODS.

2. CARACTERÍSTICAS DE LA GUÍA DE COMUNICACIÓN

La guía debe tener en cuenta las distintas herramientas y productos comunicativos que se elaboren atendiendo a la diversidad de las entidades que forman parte de la Red, con características muy distintas en términos de tamaño, población, carácter urbano, rural o insular, grado de implementación de la Agenda 2030 o grado de implicación con la Agenda 2030 de los distintos agentes sociales presentes en el territorio. Asimismo, debe contemplar que se realice una comunicación efectiva y accesible para todos.

La guía incluirá entre otros elementos propuestas de hashtags, modelos de nota de prensa o imágenes sobre la Agenda 2030 adaptadas para su difusión en distintos formatos y diferentes características de los Gobiernos Locales que integran la Red.

3

En la elaboración de la guía de comunicación se deben considerar aspectos como:

- Garantizar la coherencia y uniformidad de los mensajes para evitar confusión y mantener una imagen consistente de la organización
- Organización de la información siguiendo un orden lógico y creando un relato coherente y atractivo.
- Lenguaje claro, preciso y accesible que facilite la transmisión de los mensajes a todo tipo de público.
- Lenguaje inclusivo, alineado con el relato de la Agenda 2030 y que fomente la inclusión y el respeto.
- Diseño visual cuidado y dinámico que represente la Agenda 2030 y los ODS de una manera comprensible e identificable para todos los públicos.
- Elaboración de diferentes versiones y formatos de los materiales para su difusión tanto a través de medios digitales como analógicos.
- Utilización de ejemplos concretos y reales que permita visualizar los beneficios inmediatos en la vida cotidiana de la ciudadanía.

3. – ACTUACIONES

Las actuaciones a realizar por la adjudicataria serán diseñar y elaborar una Guía o Plan de Comunicación y difusión que aporte a los Gobiernos Locales las claves para lanzar una campaña de comunicación coordinada, que obtenga el máximo partido a todos los elementos comunicativos puestos a su disposición de cada Entidad miembro de la Red y posibilite poner en

marcha una campaña de comunicación coordinada de ámbito nacional que implique distintos medios: prensa, influencers y micro influencers, redes sociales de distinto tipo (generalistas, profesionales, especializadas), o radio, entre ellas, radios locales o comunitarias, así como otros elementos que puedan contribuir a mejorar la comunicación.

Deberá tenerse en cuenta que la guía estará traducida a las lenguas cooficiales en España.

4.- PLAZO DE EJECUCIÓN

El plazo máximo de ejecución de las prestaciones objeto del contrato irá desde la fecha de adjudicación del contrato hasta el 31 de diciembre de 2024.

De acuerdo con lo establecido en el art. 193 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, cuando la contratista, por causas imputables al mismo, incurra en demora con respecto al cumplimiento del plazo de ejecución la FEMP podrá optar, atendidas las circunstancias del caso, por la resolución del contrato o por la imposición de las penalidades diarias en la proporción de 0,60 euros por cada 1.000 euros del precio del contrato, IVA excluido. La constitución en mora de la contratista no precisará intimación previa por parte de la FEMP.

4

5.- REQUISITOS DE PERSONAL

Para la realización del contrato la adjudicataria deberá aportar profesionales con la formación y capacitación adecuada y con experiencia en proyectos similares. Entre ellos:

- Conocimientos y experiencia demostrable sobre la implementación de la Agenda 2030 en el ámbito local.
- Conocimientos y experiencia en comunicación institucional de gobiernos locales.
- Conocimientos y experiencia en diseño gráfico.
- Conocimientos y experiencia en el diseño de campañas de comunicación.

Será necesaria la presentación de referencias curriculares acreditando el conocimiento y la experiencia requerida en la realización de proyectos similares, así como el organigrama de dicho equipo.

En el caso de personas jurídicas, se presentarán referencias curriculares de todos los integrantes del equipo que va a efectuar el proyecto y se acreditará su experiencia en la realización de proyectos similares, así como el organigrama de dicho equipo, indicando las funciones que asumirá cada uno.

La adjudicataria deberá identificar a la persona que ejercerá las tareas de coordinación, control de calidad y dirección de los trabajos desarrollados (directora o director de proyecto).

6.- PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN

El presupuesto base de licitación asciende a la cantidad de CATORCE MIL NOVECIENTOS NOVENTA Y SIETE EUROS CON NOVENTA Y CINCO CÉNTIMOS (14.997,95 €), IVA incluido.

El presupuesto señalado tiene la consideración de presupuesto global y, por tanto, en el mismo se entienden incluidos toda clase de gastos y tributos, incluido el IVA. A todos los efectos se entenderá que en las ofertas económicas que se presenten, y en el precio ofertado en ellas, estarán incluidos la totalidad de los gastos que deba realizar la contratista para el cumplimiento de la asistencia contratada, como son los generales, financieros, beneficios, seguros, honorarios de personal técnico a su cargo, sueldos y seguros sociales de los trabajadores a su servicio, etc.

Quedará excluido todo presupuesto base de licitación que supere los 14.997,95 euros (IVA incluido) y aquellos que estén por debajo de 13.000 euros (IVA Incluido).

7- EJECUCIÓN DEL CONTRATO.

El contrato se ejecutará a riesgo y ventura de la contratista, con sujeción a lo establecido en el presente Documento y en la oferta que presente.

El desarrollo de los trabajos se realizará en constante comunicación y colaboración con la FEMP, siguiendo las directrices de ésta y asumiendo las posibles modificaciones y/o correcciones que la misma formule.

5

De acuerdo con lo establecido en el art. 192 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, para el caso de cumplimiento defectuoso de la prestación objeto del contrato, la FEMP podrá imponer penalidades a la contratista de hasta el 10 por 100 del precio del contrato, IVA excluido, en función de la gravedad del incumplimiento.

8.- PAGO DEL PRECIO.

El pago del precio del contrato se hará de la siguiente forma:

- El 25 %, al inicio de la vigencia del contrato.
- El resto del importe del coste final de los servicios prestados, a la finalización de la vigencia del contrato, previa recepción de los trabajos y verificación por parte de la persona designada por la FEMP como responsable del contrato de su calidad y a plena satisfacción de este.

El pago se realizará contra factura expedida de acuerdo con la normativa vigente y una vez conformada por la persona designada por la FEMP como responsable del contrato. La segunda factura deberá ir acompañada de un informe de la adjudicataria en el que detalle las actuaciones llevadas a cabo para la ejecución del contrato.

La FEMP deberá abonar el importe de las facturas, dentro de los treinta (30) días siguientes a la fecha de su expedición, salvo que el responsable del contrato comunique a la adjudicataria, en el



plazo de los cinco (5) días hábiles siguientes a la recepción de la factura, reparos a los servicios y productos facturados. En este caso, el plazo de los treinta (30) días comenzará a contar a partir del siguiente al que el responsable del contrato dé su conformidad a la subsanación de los reparos.

En todo caso, el pago se realizará mediante transferencia a la entidad de crédito señalada por la contratista.

9.- PROPIEDAD INTELECTUAL.

Será obligación de la contratista reconocer los derechos de propiedad intelectual de la FEMP sobre el resultado de la prestación de los servicios contemplados en esta solicitud de ofertas, renunciando a ejercitar cualesquiera derechos sobre los mismos. La FEMP será la titular en exclusiva los derechos de explotación que pudieran derivarse de los trabajos realizados, por el plazo máximo de duración de los mismos previsto en el Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, es decir, hasta su paso al dominio público. La cesión de los derechos de explotación se extiende a todos los países del mundo.

10.- REQUISITOS DE CAPACIDAD Y SOLVENCIA DE LOS OFERTANTES

6

Conforme a lo establecido en el artículo 318, a) de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se transpone al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero, podrán presentar ofertas las personas naturales o jurídicas, españolas o extranjeras, que tengan plena capacidad de obrar y no estén incurso en una prohibición de contratar con el Sector Público.

11.- CONTENIDO DE LAS OFERTAS, PLAZO Y FORMA DE PRESENTACIÓN.

Las ofertas se presentarán en castellano y constarán al menos de los siguientes contenidos:

- Datos identificativos persona física o jurídica que presenta la oferta. En caso de persona jurídica, además, datos identificativos de su representante y de la persona de contacto.
- Descripción detallada de los trabajos a realizar y metodología para su ejecución según lo recogido en los apartados 1 a 3 del presente documento.
- Propuesta de contenidos que permita valorar que cumple con lo establecido en este documento e integra las características establecidas en él.
- Plan y cronograma de trabajo.
- Equipo de trabajo, con el currículum de sus componentes. (Máximo 2 páginas por CV)
- Oferta económica, expresando su valor en euros e incluyendo como partida independiente el importe del IVA.

La oferta, sin contar con los CV, no podrá tener una extensión superior a veinte (20) páginas mecanografiadas en formato Times New Roman, tamaño 12, espaciado 1,5.

Junto a la Oferta los licitadores deberán presentar una Declaración Responsable firmada



electrónicamente, conforme al modelo que se publique en el anuncio de licitación.

El plazo y la forma de presentación de las ofertas se fijarán en el anuncio de licitación, el cual se publicará en la página web de la FEMP. No se aceptará ninguna oferta que se presente después del día y hora que se indique en el anuncio.

La presentación de ofertas no genera ningún derecho para los ofertantes.

12.- VALORACIÓN DE LAS OFERTAS

En la valoración de las ofertas recibidas se tendrá en cuenta la calidad y pertinencia de la propuesta, considerando, en concreto, los siguientes aspectos.

- a. La adaptación de la propuesta a los objetivos de la contratación.
- b. La claridad y adecuación del plan de trabajo, metodología, y cronogramas propuestos.
- c. Experiencia del equipo de trabajo propuesto en la materia objeto del contrato
- d. La oferta económica.

La adjudicación del contrato, por parte del Órgano de Contratación de la FEMP, recaerá en la empresa cuya oferta sea la que técnicamente mejor se ajuste a los contenidos definidos en los apartados 1 a 3 de este documento y sea la oferta con la mejor relación calidad-precio.

