

**PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN
POR PROCEDIMIENTO ABIERTO DE LOS SERVICIOS DE ASISTENCIA
TÉCNICA, DISEÑO DE CAMPAÑAS Y ESCUCHA ACTIVA DE LOS
PERFILES INSTITUCIONALES EN REDES SOCIALES DE LA JUNTA DE
COMUNIDADES DE CASTILLA-LA MANCHA**

(EXPTE Nº 55-ICLM-2019)

1.-OBJETO DEL CONTRATO.

El presente pliego tiene por objeto la regulación de las condiciones técnicas que han de regir la contratación de los servicios de:

- Asistencia técnica en la gestión y planificación de la comunicación digital de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha.
- El diseño, la creación y producción de las campañas publicitarias de las consejerías de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha.
- La monitorización y escucha activa en tiempo real de los temas que se generan en la red que afecten a los perfiles de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha.

Todos los trabajos se realizarán bajo la coordinación de la Dirección General de Promoción Institucional, adscrita a la Vicepresidencia de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, a través de la Fundación Impulsa Castilla-La Mancha.

La Fundación Impulsa Castilla-La Mancha, es una organización de naturaleza fundacional, sin ánimo de lucro, cuyo patrimonio se haya afectado de forma duradera al cumplimiento de los fines de interés general que se detallan en sus Estatutos, estando bajo el protectorado de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha. La Fundación se integra en el Sector Público Regional, de conformidad con lo establecido en los apartados 1, c), y 3 del Art. 4 del Texto Refundido de la Ley de Hacienda de Castilla-La Mancha, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2002, de 19 de noviembre, quedando por tanto adscrita a la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha.

La Fundación Impulsa Castilla-La Mancha, tiene como fines, entre otros:

1.- Contribuir a la investigación, conservación y difusión de los bienes culturales y patrimoniales de Castilla-La Mancha, así como promover una adecuada gestión de las actividades culturales de dicha región en su más amplio sentido, incluyendo expresamente las realizadas en el ámbito de las instituciones de Castilla-La Mancha.

2.- La promoción y difusión de la cultura de Castilla-La Mancha en su acepción más amplia.

3.- Colaborar en el fomento y extensión de la práctica del deporte, la promoción de los recursos naturales y productivos protegidos de Castilla-La Mancha como destino turístico.

4.- La promoción institucional de Castilla-La Mancha, así como la promoción de eventos, actos conmemorativos y actuaciones de patrocinio de interés regional.

2.- CONTENIDO

2.1.- Ámbito y público objetivo:

Todos los trabajos se realizarán bajo, como se ha indicado anteriormente, la coordinación de la Dirección General de Promoción Institucional a través de la Fundación Impulsa Castilla-La Mancha. La gestión de los perfiles institucionales será siempre de la Institución. Los trabajos que se adjudicarán serán sólo y exclusivamente de asesoramiento para llevar a cabo dicha gestión y mejorar el servicio de asistencia a los ciudadanos y ciudadanas de la región.

2.2.- Duración del contrato:

La duración inicial del contrato será de DOS AÑOS con posibilidad de dos prórrogas de una anualidad más cada una.

A los efectos del contrato, la empresa adjudicataria seguirá las directrices en el trabajo diario marcado por el responsable designado en cada momento por la Dirección General de Promoción Institucional y el personal designado por este a través de la Fundación Impulsa Castilla-La Mancha.

3.- TRABAJOS A REALIZAR:

3.1.- Asistencia técnica en coordinación con la Dirección General de Promoción Institucional a través de la Fundación Impulsa Castilla-La Mancha:

- a) **Auditoría de los perfiles institucionales en redes sociales de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha.** Realizar una auditoría de las páginas y perfiles abiertos que se asuman como propios por parte de la Institución, así como una propuesta de un nuevo mapa de perfiles y su mejora de la gestión.

- b) **Manual de identidad corporativa para los perfiles sociales de la Institución que incluya diseño de cabeceras, perfiles y piezas para las publicaciones.** Dicho manual debe respetar el manual de estilo de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha.
- c) **Informe mensual** de evolución e impacto de las publicaciones realizadas en cada perfil y página de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha.
- d) **Capacitación de los equipos de comunicación de las distintas consejerías** en el uso más adecuado de las redes sociales, con el fin de optimizar y mejorar la interacción con la ciudadanía.

3.2.- Monitorización y escucha activa de redes sociales:

- a) Monitorización activa de redes sociales y medios digitales.
- b) Detección de *influencers* que estén o puedan estar relacionados con los campos de trabajo de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha.
- c) Escucha activa en tiempo real y alerta a la Dirección General de Promoción Institucional sobre contenido de interés, oportunidades y crisis.
- d) Identificar amenazas y elaboración de un plan de neutralización.
- e) Identificar acciones para ganar posicionamiento de marca de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha.
- f) Entrega de informes semanales con el resumen de los temas mejor posicionados relacionados con los campos de actuación definidos por la Dirección General de Promoción Institucional.
- g) Las herramientas que vayan a utilizarse para la ejecución del servicio es necesario que sean detalladas en la oferta para su valoración, puntuación y adecuación al servicio demandado.

3.3.- Diseño, creación y producción de campañas publicitarias

- a) Asesoramiento a la Dirección General de Promoción Institucional previo análisis, sobre las campañas más adecuadas a realizar en redes sociales y plazos de ejecución.
- b) Propuesta y planificación de campañas de publicidad en el ámbito digital.
- c) El adjudicatario deberá realizar entre 6 y 10 campañas digitales anuales. Se valorará el número de campañas publicitarias que se oferten dentro del margen indicado.
- d) Las campañas publicitarias deberán contener al menos: un spot, gráficas, banners e imágenes diferentes para su inserción en redes sociales y en prensa digital.

Se valorará el número de trabajos de diseño para el total de las campañas publicitarias incluidos en la oferta. Las campañas deben ser aprobadas por la

Dirección General de Promoción Institucional o por la persona asignada como responsable de la campaña a través de la Fundación Impulsa Castilla-La Mancha. Se entregarán al menos dos bocetos previos (sin repercusión que la empresa adjudicataria opte por presentar más) de la imagen de la campaña antes de ser aprobada.

- e) Gestión de la inserción de publicidad de estas campañas. Todos los gastos de estas campañas se financiarán dentro del presupuesto mínimo establecido para la presente licitación.

Las propuestas de los licitadores deberán destinar un mínimo de 5000€ y un máximo de 8000€ del presupuesto al gasto de realización de publicidad en las distintas plataformas sociales.

4.- EQUIPO DE TRABAJO

La empresa adjudicataria designará un responsable de proyecto que estará en contacto permanente con la Dirección General de Promoción Institucional y será el ejecutor del servicio de comunicación y de la correcta prestación del mismo.

La empresa adjudicataria debe disponer y mantener los medios personales con la experiencia y formación adecuadas, durante toda la duración del contrato. Cualquier cambio realizado sobre la misma deberá ser previamente autorizado por el responsable del contrato.

Las empresas que concurren a la presente licitación deberán disponer de los recursos materiales suficientes para la grabación y edición de las fotografías y video, generar contenido multimedia y estrategias de marketing digital. Es necesario que en la oferta se describa el material con el que cuenta la empresa para el desarrollo de los trabajos.

La empresa adjudicataria deberá contar con, al menos, los siguientes perfiles:

- a) Una jefatura de proyecto con perfil senior. Debe ser experto en comunicación y marketing digital, y tener conocimientos amplios en analítica cuantitativa y cualitativa de datos generados en internet.
- b) Uno o dos community managers con experiencia en manejo de redes sociales, implementación de estrategias y generación de contenidos online.
- c) Un diseñador gráfico e ilustrador con experiencia acreditada.
- d) Un fotógrafo y técnico audiovisual con experiencia en producción de materiales de comunicación.

5.- PRESENTACIÓN DE OFERTAS.-

Las ofertas deberán adecuarse a las características mínimas de servicio fijadas en este pliego de prescripciones técnicas. Las ofertas deberán presentarse de forma clara, fácilmente legible y detallando las características técnicas del servicio a prestar.

En este proyecto se incluirán todas las cuestiones que el licitador estime conveniente para la mejor gestión del servicio, todo ello debidamente motivados, quedando sometido a valoración su adecuación e idoneidad al proyecto presentado.

6.- OTRAS ESPECIFICACIONES

Todos los documentos y resultados del trabajo objeto del presente contrato serán propiedad de la Fundación Impulsa Castilla-La Mancha. El adjudicatario vendrá obligado a guardar la más estricta confidencialidad sobre el contenido del contrato, así como los datos o información a la que puedan tener acceso o generar como consecuencia de la ejecución del mismo.

Desde la Dirección General de Promoción Institucional y a través de la Fundación Impulsa Castilla-La Mancha se designará un coordinador del proyecto que realizará el seguimiento completo de los trabajos contratados y de la calidad de los resultados obtenidos, así mismo actuará como interlocutor del proveedor.

7.- CUMPLIMIENTO DE LA LOPD.

Las partes se obligan a cumplir la normativa vigente en relación con la protección de datos de carácter personal, en especial con lo contenido en el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE (Reglamento general de protección de datos) comprometiéndose a adoptar todas las medidas de seguridad exigidas por dicha normativa.

Para ello, la empresas licitadoras deberán estar certificadas en un sistema de seguridad de la información basado en la Norma 27001:2013 Sistema de Gestión de Seguridad de la Información (SGSI) vigente y actualizado. Dicho requisito será esencial y excluyente.

De igual forma, la empresa adjudicataria deberá disponer de certificación ISO 9001:2015 o equivalente, vigente y actualizado a la fecha de presentación de

solicitud y cuyo alcance además esté en relación directa con el objeto de este contrato. Dicho requisito será esencial y excluyente.

8.- EMPLAZAMIENTO DE LA EMPRESA

La empresa deberá disponer de un centro de trabajo en el municipio de Toledo como requisito esencial y excluyente, y se deberá acreditar que dicho centro de trabajo se encuentra en funcionamiento y registrado ante la autoridad laboral competente a través de la entidad licitante como mínimo por un periodo de un año anterior a la fecha de publicación de los presentes pliegos, todo ello con el fin de que el equipo asignado al proyecto tenga contacto continuo con la Dirección General de Promoción Institucional y pueda tener presencia física en las reuniones de coordinación.

FUNDACIÓN IMPULSA
CASTILLA - LA MANCHA
C.I.F.: G-45418985
C/. Río Gabriel, N° 12
45007 TOLEDO

En Toledo a 18 de noviembre de 2019
Fdo. Gabriel González Mejías
Director Gerente Fundación Impulsa Castilla-La Mancha.