

2016



Ayuntamiento de **Valladolid**
Área de Cultura y Turismo

PLIEGO DE CLÁUSULAS TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE MANTENIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN 2.0 DEL AREA DE CULTURA Y TURISMO

Contrato Abierto



1.- Introducción.	3
2.- Objeto.....	3
3.- Redes Sociales.	4
4.- Requisitos y objetivos	12
5.- Solvencia Técnica.....	14
6.- Seguimiento y control de los trabajos.	15
7.- Duración del contrato.	15
9.- Documentación a presentar en la oferta técnica.	15



1.- Introducción.

El Ayuntamiento de Valladolid dentro de su estrategia de comunicación contempla la comunicación 2.0 utilizando para ello diferentes redes sociales, como son blogs, youtube, facebook y twitter, como los medios más utilizados para la difusión de información e interacción con los ciudadanos.

El Área de Cultura y Turismo del Ayuntamiento de Valladolid, dentro de la estrategia de comunicación 2.0 global para el Ayuntamiento, dispone de diferentes páginas, perfiles, blogs y otros canales de comunicación 2.0 para los diferentes grupos potenciales de usuarios del conjunto de bienes y servicios culturales y turísticos que el Ayuntamiento gestiona o coordina, incluyendo los provistos por las diferentes entidades dependientes o vinculadas al Área.

Estos canales comenzaron su andadura en el año 2010 y a lo largo de estos años se han consolidado como medios cada vez más relevantes para la comunicación a los ciudadanos de toda la información generada, con una especial incidencia en determinados grupos de población; por estos motivos se estima necesario e indispensable mantener esta red de comunicación 2.0.

2.- Objeto.

El objeto del presente contrato es el servicio de mantenimiento y gestión de la comunicación 2.0 utilizando todas las redes sociales vinculadas al portal web de Cultura y Turismo www.info.valladolid.es como a sus entidades pertenecientes. Este servicio incluye la actualización permanente de la información publicada en los diferentes perfiles, atendiendo las peticiones de información de los usuarios y promoviendo cuantas estrategias permitan hacer llegar la mayor cantidad de información, a la mayor cantidad de ciudadanos interesados, y con unos estándares de calidad razonables, como la recopilación y análisis de tendencias, reputación y estudios de viabilidad sobre posibles productos de cara a marcar estrategias.

El servicio cubrirá cualquier tipo de promoción o acción a realizar en las diferentes redes sociales, incluidas las promociones mediante concursos o cualquier otro tipo de campaña. Mantendrá toda la información a publicar y propondrá nuevas acciones de promoción. Informará a los diferentes responsables de las redes sociales sobre novedades en las estrategias de comunicación 2.0 periódicamente, desarrollará estas nuevas propuestas, siempre que estas sean aprobadas.

Para conocer las actividades que se desarrollan en el Área, se le propondrá que asista a reuniones generales y se realizarán otras específicas relacionadas con la comunicación 2.0. Dentro del servicio se realizará un rastreo y seguimiento de cualquier información relacionada en otras redes sociales de interés.

El servicio también cubrirá el análisis de los eventos y campañas más relevantes en las redes sociales, este análisis se realizará antes, durante y después de la actividad a evaluar con el fin de identificar si tanto las acciones realizadas como el interés de los fans por los perfiles son altos.

Identificación de las redes sociales de mayor concurrencia que puedan ser de interés para el ayuntamiento.



3.- Redes Sociales.

A continuación se relacionan las diferentes web y redes sociales, principalmente Facebook y twitter, utilizadas a las que habrá que realizar su seguimiento y mantenimiento dentro de este servicio.

- Turismo y Cultura de Valladolid

www.info.valladolid.es

www.facebook.com/culturayturismoVLL

www.twitter.com/infoVLL

<https://plus.google.com/116295540353505755605>

www.youtube.com/user/VALLADOLIDTURISMO

www.pinterest.com/entucorazonvll/

www.youtube.com/user/CulturaNoticiasVLL (video-noticias)

- Learn Spanish in Valladolid: Español 100% en Valladolid

www.info.valladolid.es

www.facebook.com/learnSpanishinVLL

www.twitter.com/spanishinVLL

- Saborea Valladolid: Gastronomía y Enoturismo de Valladolid

www.info.valladolid.es

www.facebook.com/SaboreaVLL

www.twitter.com/SaboreaVLL

www.facebook.com/EnoturismoVLL

twitter.com/EnoturismoVLL

- Valladolid Congresos

www.info.valladolid.es y www.valladolidcongresos.com

www.twitter.com/CongresosVLL

- Valladolid Film Office

www.info.valladolid.es/VAFO

www.facebook.com/ValladolidFilmOffice



www.twitter.com/FilmOfficeVLL
www.youtube.com/user/ValladolidFilmOffice
<https://www.flickr.com/photos/134493135@N05>

- Semana Santa de Valladolid

www.info.valladolid.es
www.facebook.com/SemanaSantaVLL
www.twitter.com/SemanaSantaVLL

- Laboratorio de las Artes de Valladolid

www.info.valladolid.es/LAVA
www.facebook.com/LaboratorioArtesVAlladolid
www.twitter.com/LavaVLL
<https://www.youtube.com/user/LaboratorioArtes/>

- Feria y Fiestas de Valladolid

www.info.valladolid.es
www.facebook.com/FiestasdeValladolid
www.twitter.com/FiestasVLL

- Festival Internacional de Teatro y Artes de Calle de Valladolid

www.tacva.org
www.facebook.com/TACVLL
www.twitter.com/TACVLL

- Concurso Nacional de Pinchos y Tapas ciudad de Valladolid

www.info.valladolid.es
www.facebook.com/ConcursoNacionalPinchosVLL
www.twitter.com/CNPinchosVLL

- CreArt

www.creart-eu.org
www.facebook.com/CreArtNetworkCitiesArtisticCreation
www.twitter.com/creart_eu



- Pasión por las Artes

www.pasionporlasartes.es/

www.facebook.com/PasionPorLasArtes

www.twitter.com/pasionartes

- Valladolid en su tinta

<http://info.valladolid.es/ensutinta/>

<https://www.facebook.com/VLLensutinta/>

<https://twitter.com/VLLensutinta>

- Fiesta de la moto

<https://www.facebook.com/fiestadelamotoVLL>

<https://twitter.com/fiestamotoVLL>

- Teatro Calderón

<https://www.facebook.com/teatrocalderonvll/>

<https://twitter.com/TCalderonVLL>

A esta relación hay que añadir cualquier otra plataforma de comunicación 2.0 que se utiliza o utilice en un futuro. En estos momentos son:

- Blog de Cultura y Turismo
- Canales de Youtube
- Perfil flickr
- Google +
- Instagram
- Periscope
- Issuu
- Newsletter

De esta relación de redes vamos a diferenciar el tipo de mantenimiento o alcance de las acciones a realizar en tres grupos en función de la dedicación que se precise a la empresa adjudicataria y ciertas acciones a realizar.



3.1.- MANTENIMIENTO INTEGRO Y CONTÍNUO:

Las redes incluidas en este bloque serán mantenidas en su totalidad de una forma continuada tanto en contenidos como en ámbito analítico por la empresa adjudicataria durante el periodo que comprende el contrato.

Se realizará una planificación de la estrategia de comunicación y contenidos en Redes Sociales, incluyendo posicionamiento, contenido y timing. Tomará especial relevancia la estrategia de difusión en periodos potenciales (evento en sí, fiestas, festivales, conciertos, periodos vacacionales, puentes, etc.)

El servicio principal en estas redes es la generación de contenidos, que se reflejarán en entradas, tweets o post en función de la red atendida. Para ello se realizarán contenidos diariamente en función de la actividad que se quiera destacar, se contestarán preguntas, correos o cualquier mensaje de los usuarios. La frecuencia de generación de contenidos puede ser compensada a lo largo de los diferentes meses en función de la actividad. En el caso de los perfiles sujetos a eventos siempre se respetará las estimaciones con el fin de asegurar la actividad en los momentos de más actividad e importancia en la difusión.

La captación de usuarios resultará un elemento clave, por lo que la empresa contratista deberá desarrollar propuestas de lanzamiento y captación de usuarios para redes sociales. Estas propuestas deberán ser aprobadas por los responsables designados por el Area de Cultura y Turismo. Al respecto se deberá:

- Gestionar la captación de nuevos usuarios: interacción, relación y comunicación directa.
- Gestionar las campañas de captación a través de facebook ads u otras plataformas RSS.
- Alimentación, a través de la generación de contenidos de interés temático de cada canal.
- Seguimiento de otros canales que puedan resultar de interés.

Estas redes deberán ser sometidas por parte de la empresa adjudicataria a una auditoria "de éxito" con el fin de evaluar el interés de los seguidores o fans por los perfiles y paginas existentes al igual que por las acciones realizadas indicando el alcance de dichas acciones, el incremento de fans, palabras o temática que más interés a suscitado, etc. Dicho análisis será realizado al término de los eventos en el caso de las redes pertenecientes a eventos concretos. En el caso de las redes no pertenecientes a eventos, los informes de análisis se realizarán trimestralmente.

- Turismo y Cultura de Valladolid:

Estos perfiles están dedicados a difundir toda la información cultural y turística de interés de la ciudad de Valladolid. Debido al gran volumen de información estas cuentas necesitan una actualización de contenidos y seguimiento diarios. En este grupo se ha de tener en cuenta los siguientes aspectos durante el desarrollo del contrato:

- La página de Facebook, al tratarse de una cuenta genérica de Cultura y Turismo, deberán tener álbumes de fotos específicos por cada apartado importante (Semana Santa, fiestas, gastronomía, etc) para que el usuario pueda acceder fácilmente al contenido que desee, organizando las fotos ya existentes.
- La actividad principal de los contenidos de este grupo, sobre todo la cuenta de twitter tiene lugar durante los fines de semana, por tanto, la generación de los contenidos y el seguimiento de las actividades deberá realizarse también durante el fin de semana.



- Aumentar el contenido de la cuenta de Pinterest.
- Debido a que la temática de este canal abarca muchos eventos y a que la tendencia de las retransmisiones en directo es creciente y exitosa se deberá poder retransmitir eventos, entrevistas y ruedas de prensa. Estas podrán ser sugeridas tanto por la empresa adjudicataria como por el personal coordinador del ayuntamiento.
- Se hará un estudio y se propondrá la creación de un perfil de Instagram el cual sirva para difundir toda la temática mencionada. Este nuevo perfil será mantenido dentro de este contrato.
- Con el fin de poder difundir los contenidos de este canal al mayor público posible se deberán publicar entradas y tweets en inglés de tal manera que las entradas susceptibles de interés internacional sean traducidas.
- En el aspecto cultural, se prestará especial atención a los siguientes eventos Intur, San Pedro Regalado, Noche de San Juan, TAC, Concurso Nacional de Pinchos, Seminci, Fiesta de la moto, Feria Libro, Semana Santa, Fitur, Ferias y Fiestas, Carnaval, pudiendo requerir un seguimiento in-situ para cualquiera de ellos.
- En el aspecto turístico, se prestará especial atención a las actividades, campañas de promoción, y cualquier tipo de evento organizado o patrocinado por la Sociedad Mixta de Turismo. En el desarrollo del contrato se propondrán acciones o dinámicas que mejoren la captación de usuarios de fuera de Valladolid y también propuestas para animar a acercarse a los turistas a la ciudad.
- Se estudiara la opción de fusionar todos los canales de youtube de este contrato en uno único con el fin de evitar canales poco actualizados.

- Semana Santa de Valladolid:

Para este grupo se sugiere la incorporación de fotografías de una manera presencial de procesiones y eventos, que aparezcan tanto en Facebook como en twitter. También se requiere que durante el resto del año tenga un mínimo de contenidos.

Los perfiles destinados a esta temática están destinados a la difusión de las actividades de la Semana Santa vallisoletana. La actividad principal de esta red se realizara durante el periodo de Semana Santa con lo que será el periodo de mayor cobertura.

- Laboratorio de las Artes de Valladolid:

Perfiles dedicados a la difusión de la actividad realizada durante todo el año en el LAVA. Con el fin de llevar a cabo este cometido la empresa adjudicataria realizara todas las acciones necesarias para que los fans de estos canales estén informados de todas las actividades. Dicha empresa propondrá diferentes actividades a realizar con el fin de dinamizar los canales y que la comunicación con los fans sea amena y activa. La empresa adjudicataria será la encargada de dotar de contenidos, hacer campañas de captación, concursos y cualquier otra acción para lograr este cometido.

- Feria y Fiestas de Valladolid:

Estos perfiles están destinados a la difusión de las actividades realizadas durante la Fiestas de la Virgen de San Lorenzo. Con el fin de llevar a cabo este cometido la empresa adjudicataria realizara todas las acciones necesarias para que los fans de estos canales estén informados de todas las



actividades. Dicha empresa propondrá diferentes actividades a realizar con el fin de dinamizar los canales y que la comunicación con los fans sea amena y activa. Se valora la realización de videos, concursos y galerías fotográficas. También se requerirá durante el resto del año un mínimo de contenidos y una atención continuada por posibles interacciones con los fans.

También se sugiere para este grupo la incorporación de fotografías y videos presenciales durante la celebración de las fiestas. También se requiere que durante el resto del año tenga un mínimo de contenidos.

- Festival Internacional de Teatro y Artes de Calle de Valladolid:

Como su propio nombre indica estos perfiles están destinados a la difusión del TAC e interacción con los asistentes al mismo. La empresa adjudicataria tendrá que realizar un seguimiento de todas las actividades del festival, creación de contenidos de interés y acciones que dinamicen e inviten a participar en los diferentes canales. Se crearán galerías fotográficas y publicación de videos con el fin de difundir el festival de una forma gráfica.

- Fiesta de la Moto:

De igual manera los perfiles están destinados a la difusión de la Fiesta de la Moto e interacción con los asistentes. La empresa adjudicataria tendrá que realizar un seguimiento de todas las actividades del evento, creación de contenidos de interés y acciones que dinamicen e inviten a participar en los diferentes canales. Se crearán galerías fotográficas y publicación de videos con el fin de difundir el evento de una forma gráfica. Las redes de este evento, podrán ser estas o las correspondientes a Pinguinos. Las redes de este evento, podrán ser estas o las correspondientes a Pinguinos.

- Teatro Calderón:

Grupo de perfiles destinados a la promoción y difusión de la actividad del Teatro Calderón de Valladolid. Con el fin de llevar a cabo este cometido la empresa adjudicataria realizara todas las acciones necesarias para que los fans de estos canales estén informados de todas las actividades. Dicha empresa propondrá diferentes actividades a realizar con el fin de dinamizar los canales y que la comunicación con los fans sea amena y activa. La empresa adjudicataria será la encargada de dotar de contenidos, hacer campañas de captación, concursos y cualquier otra acción para lograr este cometido.

- Valladolid en su tinta y Casa Museo Zorrilla:

El adjudicatario se encargará del mantenimiento de los contenidos del *blog* y redes sociales; y, en general, cualquier comunicación necesaria relacionada con el proyecto. En el mantenimiento está incluida la dinamización de las plataformas que animen a los usuarios a participar en ellas.

Estos dos perfiles serán fusionados quedando como definitivo *Valladolid en su tinta u otro nombre recomendado*.

El *blog* www.info.valladolid.es/ensutinta está compuesto de diferentes secciones:

- Información corporativa del proyecto y diferentes modos de contactar
- Sección de destacados
- Sección de agenda o catálogo



- Entradas del *blog*, clasificadas en las siguientes categorías:
 - “010... y pico”: con entradas divulgativas relacionadas con la cultura y la historia vallisoletanas, presentes o no en los libros publicados por el Ayuntamiento de Valladolid.
 - “En esta apartada orilla”: categoría de contenidos vinculados a la poesía en todas sus posibles facetas: novedades editoriales, curiosidades, actividades, talleres, presentaciones de libros, lecturas participativas, etc.
 - “Léeme”: contenidos enfocados a las recomendaciones de libros y lecturas realizados desde el proyecto o bien a través de la participación de los usuarios del blog.
 - “Rincón El-e-reje”: sección donde recoger noticias y reflexiones sobre el libro electrónico y otras informaciones relacionadas con la literatura digital.
 - “El blog de Cícero”: engloba novedades editoriales que se presentan en la ciudad o están relacionadas con esta.
 - “Lectores de 1.^a”: dedicada a la literatura infantil.
 - “Rincones literarios”.
 - “Buena letra”: *post* relacionados con refrescos lingüísticos.

El adjudicatario deberá cubrir el servicio de mantenimiento del diseño, estructura y de los contenidos del *blog*, de forma que mejoren su posicionamiento y consulta.

El servicio incluye tareas de modificación de la arquitectura del *blog*, además de altas y modificaciones de contenidos, gestión de destacados y publicación de contenidos relacionados con las categorías indicadas. Durante la duración del contrato se deberá incluir en el *blog* el aviso de *cookies*, obligatorio para todas las páginas web, se revisarán los avisos legales, estadísticas del *blog* y en general cualquier tarea relacionada con el mantenimiento.

El servicio también incluye asistencia al Centro de Publicaciones y Programas de promoción del Libro, asesoramiento técnico y nuevas propuestas en las tareas de incorporación de contenidos. **En caso de que sea necesaria la contratación de herramientas adicionales para el servicio prestado, esta correrá a cargo de la empresa adjudicataria.**

Los otros canales de comunicación 2.0 son:

- Página en Facebook “Valladolid en su tinta” y cuenta en twitter @VLLensutinta.
- Redes de la Casa Zorrilla: www.facebook.com/CasaMuseoZorrillaVLL y <https://twitter.com/CasaZorrilla>; en estos momentos se están llevando a cabo tareas adecuadas para eliminar la cuenta de *Facebook*. El adjudicatario deberá continuar con esta tarea hasta su eliminación.

El mantenimiento de los contenidos de estos canales de comunicación se hará, fundamentalmente, a partir de la información que genere la dinámica del Centro de Publicaciones y Programas de Promoción del Libro y la Casa de Zorrilla. Se hará un especial



seguimiento durante la Feria del Libro de todas las actividades del evento, creación de contenidos de interés y acciones que dinamicen e inviten a participar en los diferentes canales. Se crearán galerías fotográficas y publicación de videos con el fin de difundir la feria. También, para los contenidos de las cuentas de *twitter* se deberá hacer seguimiento *in situ* de ruedas de prensa, presentaciones de libros, actividades en la Casa de Zorrilla y cualquier otra que indique el Centro de Publicaciones o el Ayuntamiento de Valladolid.

Objetivos generales:

- Difundir todas las actividades relacionadas con la lengua y la literatura que se organizan desde el Ayuntamiento de Valladolid de forma que tengan el mayor impacto y generen el máximo interés posible, mediante acciones y coberturas *in-situ*, que fomenten el interés por esta área de la cultura de la ciudad.
- Fomentar la actividad de los usuarios en las diferentes plataformas respecto de las actividades o temáticas de los diferentes perfiles.
- Incrementar el número de seguidores e impactos de las diferentes plataformas o perfiles. Este incremento debe ser enfocado con el fin de conseguir seguidores de "calidad", los cuales interactúen y muestren interés, para evitar los seguidores de "relleno" con el fin de mejorar las estadísticas.
- Atender las demandas de información que los *fans* realicen a través de los diferentes perfiles.

3.2.- MANTENIMIENTO EVENTUAL:

En este apartado estarán las redes que de forma general estarán mantenidas por técnicos del área y que en diferentes periodos de tiempo se precisará el apoyo de la empresa adjudicataria. Estas redes deberán ser sometidas por parte de la empresa adjudicataria a una auditoria "de éxito" con el fin de evaluar el interés de los seguidores o fans por los perfiles y paginas existentes al igual que por las acciones realizadas indicando el alcance de dichas acciones, el incremento de fans, palabras o temática que más interés ha suscitado, etc. Dicho análisis será realizado al término de los eventos en el caso de las redes pertenecientes a eventos concretos. En el caso de las redes no pertenecientes a eventos, los informes de análisis se realizaran trimestralmente.

- **Saborea Valladolid Gastronomía:** grupo de perfiles destinados a la promoción del turismo a través de la gastronomía y el enoturismo en la ciudad de Valladolid.
- **Enoturismo de Valladolid:** grupo de perfiles destinados a la promoción del turismo a través del enoturismo en la ciudad de Valladolid.
- **Valladolid Congresos:** grupo de perfiles destinados a la promoción de Valladolid como destino de congresos.
- **Learn Spanish in Valladolid:** grupo de perfiles destinados a la promoción de Valladolid como destino para aprender español.



- **Concurso Nacional de Pinchos y Tapas ciudad de Valladolid:** grupo de perfiles destinados a la difusión del Concurso Nacional de Pinchos y Tapas de Valladolid.
- **Valladolid Film Office:** grupo de perfiles destinados a la promoción de Valladolid como destino de rodajes.

3.3.- ASESORAMIENTO Y ANALISIS:

En este apartado estarán las redes en las cuales la empresa adjudicataria prestara un servicio de asesoramiento a los técnicos responsables de dichas redes con el fin de resolver cualquier tipo de dudas. De la misma forma se realizará un "análisis de éxito" con el fin de tomar medidas de mejora.

- **CreArt :** grupo de perfiles destinados a la promoción y difusión del proyecto CreArt.
- **Pasión por las Artes:** grupo de perfiles destinados a la promoción del catálogo de actividades educativas específicas realizadas en las salas de exposiciones de la ciudad de Valladolid.
- **Museo de la Ciencia:** grupo de perfiles destinados a la promoción de todas las actividades realizadas en el Museo de la Ciencia.
- **Casa de la India:** grupo de perfiles destinados a la promoción de todas las actividades realizadas en la Casa de la India.
- **Patio Herreriano:** grupo de perfiles destinados a la promoción de todas las actividades realizadas en el museo Patio Herreriano.
- **SEMINCI:** grupo de perfiles destinados a la promoción de la Semana de Cine y todas las actividades relacionadas organizadas en torno al cine en la ciudad.

4.- Requisitos y objetivos

Se definirá y desarrollará un plan de comunicación por cada área de interés o evento, realizando un estudio previo sobre de las necesidades de comunicación 2.0 específicas, junto con los responsables de comunicación de cada área, en el cual se definirá la información a difundir, las creaciones de #hashtag, el seguimiento de tendencias relacionadas y temas conflictivos etc, todos ellos con el fin de cumplir los objetivos.

Para cada área de interés se fijará una periodicidad a la hora de presentar un informe de resultados donde se evaluarán las acciones desarrolladas y la repercusión de cada una de ellas, en cuanto a seguidores, comentarios o cualquier otra información relacionada. Se estudiarán los indicadores para comprobar el cumplimiento o no de los objetivos marcados. A estos informes se acompañará un informe resumen de lo más relevante, en general, para todas las entidades.

También incluido dentro de las tareas a realizar en el contrato, se redactarán noticias, notas de prensa u otra información de interés, adaptadas a los medios de comunicación 2.0, como puede ser la sección de noticias de una web o un blog, aunque estos no sean directamente mantenidos dentro del contrato.



En el caso de ser necesario cualquier cambio en los diferentes perfiles (creación, eliminación, fusiones) la empresa adjudicataria será la encargada de realizarlos.

En caso de que nuevas estrategias de comunicación 2.0 requieran la definición de nuevas páginas, perfiles, blog u otro medio de difusión en Internet, se entregará al final de su creación un informe de la misma, con todos los accesos necesarios, usuarios y contraseñas para su mantenimiento. Este informe se entregará a la persona designada por el área para el seguimiento del contrato. **En caso de que sea necesaria la contratación de herramientas adicionales para su creación, esta correrá a cargo de la empresa adjudicataria.**

Durante la duración del contrato, el adjudicatario nombrará un interlocutor único para el seguimiento general del mismo y nombrará cuantos interlocutores sean necesarios para el seguimiento por cada entidad o área de interés.

La empresa adjudicataria garantizará el uso de medios de calidad (Smartphone gama media alta y cámaras de fotos) con el fin de garantizar que las difusiones gráficas (fotos y videos) sean de una buena calidad.

En caso de que el Ayuntamiento de Valladolid o el Área de Cultura y Turismo desarrollen algún proyecto paralelo que influya en los planes de comunicación 2.0 incluidos en este contrato, la empresa adjudicataria estudiará esta influencia y reajustará los planes de comunicación para la correcta ejecución del nuevo proyecto. Si para el desarrollo de este nuevo proyecto es necesaria la contratación de alguna empresa diferente al adjudicatario del presente contrato, los representantes de ambas empresas, junto con el responsable designado por el Ayuntamiento de Valladolid, establecerán el marco común para la ejecución de ambos contratos y se adaptarán los planes de comunicación necesarios.

Objetivos generales:

- ✚ Difundir todas las actividades culturales y turísticas que se organizan desde el Ayuntamiento de Valladolid de forma que tengan el mayor impacto o genere el máximo interés posible realizando diferentes acciones o coberturas in-situ, con el fin de fomentar el turismo y la cultura de la ciudad.
- ✚ Fomentar la actividad de los usuarios en las diferentes plataformas respecto de las actividades o temáticas de los diferentes perfiles.
- ✚ Incrementar el número de seguidores e impactos de las diferentes plataformas o perfiles. Este incremento debe ser enfocado con el fin de conseguir seguidores de "calidad", los cuales interactúen y muestren interés, para evitar los seguidores de "relleno" con el fin de mejorar las estadísticas.
- ✚ Atender las demandas de información que los fans realicen a través de los diferentes perfiles.
- ✚ Conseguir aumentar el número de usuarios que participan en las actividades culturales.
- ✚ Aumentar el número de visitantes a la ciudad.

La oferta deberá contemplar una dedicación total y continuada. Debido a la esencia e inmediatez que exigen las redes sociales a la hora de difundir la información, el horario en que se realizarán las tareas puede ser cualquiera hora del día durante los 7 días de la semana, festivos incluido.



Durante el desarrollo del contrato, se solicitará el seguimiento in situ a diferentes eventos, los cuales serán marcados en las diferentes reuniones mantenidas con el personal del Área responsable, con el fin de poder informar en tiempo real.

El interlocutor fijará, de acuerdo con el personal técnico del Ayuntamiento un calendario semanal, quincenal o mensual de las acciones que se van a realizar en ese periodo, acordando coberturas de eventos, objetivos, temáticas y cualquier otro aspecto que se requiera para el correcto desarrollo del contrato.

El adjudicatario proporcionará un teléfono de contacto disponible en todo momento para solventar problemas o urgencias que necesiten solución inmediata.

Se valorará como mejora que el adjudicatario realice una guía del buen uso de las redes sociales que incluya unas pautas de trabajo en las mismas para cualquier community manager del Área.

Cualquier coste relacionado con la implantación de las mejoras correrá por cuenta del adjudicatario del contrato.

También se valorará la inclusión durante el contrato del servicio de análisis de los eventos y campañas más relevantes, que debería cubrir tres aspectos básicos:

- Análisis de anticipación: realización de un estudio previo de las tendencias de los usuarios en las redes que permita definir las estrategias a seguir durante la campaña y que permita hacer propuestas de acciones concretas a los responsables del Área. Este análisis se podrá realizar en las redes propias del portal web o en otras redes relacionadas con el evento o campaña.
- Análisis simultáneo: durante el tiempo que dure la campaña, este análisis permitirá obtener información en tiempo real de los aspectos de la actividad sobre los que los usuarios de las redes opinan y así poder dar respuesta inmediata a consultas o quejas y promover la participación de las personas.
- Análisis evaluativo: antes, durante y después de la actividad, este análisis permite realizar una evaluación externa de la estrategia seguida en redes sociales con la obtención de información relevante sobre las acciones realizadas y así poder implementar áreas de mejora en las estrategias a seguir en las siguientes campañas o eventos.

5.- Solvencia Técnica

Los licitadores deberán acreditar experiencia contrastada en gestión de la Comunicación 2.0 en el sector público, y en concreto en el sector local español. A tal efecto deberán remitir una relación de los principales trabajos realizados en este ámbito, de carácter similar al objeto del contrato, en los últimos 3 años.

La solvencia técnica también será acreditada mediante la presentación de la experiencia en comunicación 2.0 y nivel de inglés del personal de la empresa dedicada al proyecto. El Ayuntamiento se reserva la opción de realizar una prueba de conocimiento de inglés a la persona encargada del seguimiento de las redes en este idioma.

Se valorará como mejora aportar personal con conocimientos en otro idioma o idiomas.



El personal no se identificará en la oferta con datos personales, sino por referencia al puesto de trabajo y/o funciones.

6.- Seguimiento y control de los trabajos.

El comité de seguimiento del servicio se constituirá al inicio del proyecto, según la propuesta del licitador, y tendrá como objetivo el seguimiento y revisión continua de los aspectos relevantes de la ejecución del servicio. Esta revisión del servicio se realizará en las reuniones de seguimiento fijadas según el plan de comunicación propuesto por el licitador y en ellas participarán todos los miembros del comité.

Para facilitar el trabajo del comité de seguimiento, el adjudicatario debe comprometerse a facilitar al Área toda la información y documentación generada a efectos de poder realizar un correcto seguimiento de la ejecución de los trabajos.

La facturación tendrá carácter mensual, para lo cual el adjudicatario remitirá un informe en el que se reflejen los trabajos realizados y las horas dedicadas.

Medios materiales y personales: todas las actividades desarrolladas al amparo de este contrato corren por cuenta del adjudicatario y se realizarán en dependencias propias. En caso de que el mantenimiento requiera la asistencia personal de técnicos en las dependencias municipales todos los gastos correrán por cuenta del adjudicatario.

7.- Duración del contrato.

La duración del contrato es de un año, a contar desde el 1 de septiembre de 2016, o desde la fecha del contrato en caso de ser posterior. Existe la posibilidad de prórroga por otro año.

9.- Documentación a presentar en la oferta técnica.

La oferta deberá contener al menos la siguiente documentación:

- Documentación acreditativa de la solvencia técnica según apartado 5 de este pliego
- Propuesta de comunicación y gestión para cada red englobada en el grupo denominado "*Mantenimiento integro y continuo*" teniendo en cuenta las diferentes plataformas sociales utilizadas en la actualidad.
- Propuesta de comunicación y gestión para cada red englobada en el grupo denominado "*Mantenimiento eventual*" teniendo en cuenta las diferentes plataformas sociales utilizadas en la actualidad.
- Propuesta de comunicación y gestión para cada red englobada en el grupo denominado "*Asesoramiento y análisis*" teniendo en cuenta las diferentes plataformas sociales utilizadas en la actualidad.
- Propuesta de informes de seguimiento con indicación periodicidad y contenidos.



- Modelo de control y seguimiento del contrato.
- Mejoras



ASUNTO: Pliego de prescripciones para la contratación del Servicio de Mantenimiento de la Comunicación 2.0 del Área de Cultura y Turismo.

El PPT redactado por quien suscribe el presente informe para el contrato de referencia, define con precisión el objeto del contrato y el alcance de las prestaciones que lo integra, y ha sido elaborado teniendo en cuenta las reglas establecidas en el artículo 117 del Texto Refundido de la Ley de Contratos del Sector Público, sin que contenga ninguna estipulación que pueda suponer una restricción a la competencia efectiva en el mercado para los productos y/o servicios descritos.

Valladolid a 6 de julio de 2016

Una firma manuscrita en tinta azul, que parece ser la de Víctor Manuel Gómez, con una línea horizontal que se extiende a la derecha.

Víctor Manuel Gómez
Técnico de la Fundación Teatro Calderón.