



PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE GESTIÓN DE LAS REDES SOCIALES DE CULTURA EN EL PERIODO 1 JUNIO 2024 - 31 MAYO 2025 PRORROGABLE POR UN AÑO MÁS

1.- Objeto del contrato

El Área de Cultura realizará la contratación del servicio de gestión de las redes sociales de Cultura en sus páginas de Facebook, Twitter, Instagram, además de implantar y gestionar los perfiles de TikTok durante el período comprendido entre el 1 de junio de 2024 y 31 de mayo de 2025. Todas las RRSS de cultura tienen su cuenta en castellano y su cuenta en euskera, por tanto, la contratación se realizará con una empresa o profesional del sector de la comunicación experto en gestión de redes sociales, que incluya en el proyecto una persona responsable de redactar las comunicaciones en euskera (acreditado con un nivel C1). La contratación se realizará por un año, prorrogable a otro más.

2.- Servicios a prestar por la empresa

La empresa deberá ejecutar los trabajos de gestión de los perfiles del área de Cultura, en las Redes Sociales de Facebook, Twitter, Instagram, TikTok, en sus perfiles en castellano y en euskera. La gestión de estas redes sociales consistirá en la publicación y difusión de todos los eventos organizados por el área de Cultura y los de otras áreas o entidades que programen actividades en colaboración con el Ayuntamiento de Pamplona. Esta gestión tendrá el objetivo de posicionar las redes de PamplonaEsCultura como perfiles de referencia de la cultura en la ciudad, a través de la difusión de los eventos de este ámbito organizados por el Ayuntamiento de Pamplona y la colaboración con otras cuentas de entidades o instituciones en la difusión de temas culturales de interés general.

La publicación de los eventos se realizará en castellano y en euskera en los perfiles de ambos idiomas de cada red. La persona responsable de redactar las comunicaciones en euskera tendrá un nivel mínimo de C1.

Todas las publicaciones que se realicen en las redes sociales de cultura deberán fomentar la utilización de una imagen y lenguaje no sexista, con valores sociales de igualdad, integración, diversidad cultural y de géneros y pluralidad de roles.

Las tareas a desempeñar serán las siguientes:

- Crear un diseño identificador de las publicaciones del área de Cultura. Elaborando creativities y gráficas que distingan los tipos de actividad general por temáticas (conciertos, espectáculos escénicos, exposiciones, conferencias, formación o talleres, etc.).



- Adaptar los diseños con identidad propia en aquellos programas específicos que tengan ya su imagen creativa, a la difusión de los eventos pertenecientes a esos programas en las RRSS. Realización de animaciones sobre materiales gráficos del Ayuntamiento ya realizados, a petición del área de cultura, tanto para utilizar en las Redes, como para ser utilizados por el Ayuntamiento de Pamplona en cualquiera de sus otros soportes y medios digitales para la difusión de la actividad cultural programada desde el área de Cultura.
- Crear publicaciones para difundir programas completos, eventos del día y avisos, en los perfiles de Facebook, Instagram y Twitter.
- Crear stories animadas con la agenda del día y eventos diarios, de lunes a domingo, para publicar en Facebook, Instagram y TikTok.
- Realizar vídeos en directo y reels para publicar tanto en Instagram y TikTok, como en Facebook. Se deberán subir, por lo menos, tres eventos a la semana a proponer desde la empresa o por indicaciones del área de Cultura.
- La edición de infografías o animaciones de corta duración (no más de 20 segundos) para publicar en la difusión de avisos, procedimientos, normativas, etc., relacionadas con la actividad cultural del área. Se realizarán a propuesta de la empresa o por indicaciones del área de Cultura.
- Compartir, repostear y apoyar publicaciones de otras instituciones y entidades culturales con las que trabajamos habitualmente, incluidos los perfiles municipales, de un modo constante. Asimismo, mencionarlas o etiquetarlas en aquellas publicaciones propias cuyo contenido tenga que ver con la actividad de dichas entidades. Es importante fomentar esta interacción entre nuestros partners culturales.
- Fomentar el gaming y la interactividad, a través de propuestas de juegos, concursos y sorteos en las Redes, donde se busque la participación del público y la interactividad con otros perfiles municipales como pueden ser las Redes de Turismo o de San Fermín, además de las genéricas del Ayuntamiento de Pamplona. (Al menos proponer uno al mes).
- Creación de una estrategia de difusión, implantación y gestión de los nuevos perfiles de Cultura en TikTok. Asimismo, realización de campañas de captación de públicos y nuevos seguidores para estos perfiles de TikTok y para los demás de las redes sociales de Cultura en Facebook, Twitter, e Instagram.

Además, realizarán otras tareas adicionales como:



- La realización de campañas de promoción de eventos o programas culturales especiales a través de pago, a demanda del área de Cultura, según necesidades. (Hasta 4 al año).
- La realización de acciones encaminadas al desarrollo de un estudio de impacto y valoración de la programación cultural organizada por el Ayuntamiento, en los públicos usuarios de las redes, a través, de los perfiles del área de Cultura. (A través de preguntas, concursos, o sorteos).
- La realización de informes de seguimiento de publicaciones, audiencias e interacciones con los contenidos de las redes sociales y otros análisis de valoración del funcionamiento de los perfiles sociales culturales, con una periodicidad mensual.
- La realización de una memoria de actividad anual. En estos informes y en los mensuales, habrá un reporte de datos de públicos y seguidores disgregados por sexo y edad.
- Se realizará un calendario con el plan de trabajo en las distintas RRSS que contenga la previsión de publicaciones diarias, formatos y acciones detalladas por perfiles y redes. Deberá compartirse tanto con los responsables del área de Cultura, Fiestas, Educación y Deporte, como con los del Servicio de Comunicación del Ayuntamiento. Para ello, se creará un archivo editable en línea en el que se vayan calendarizando las publicaciones a semanas vista.
- Se mantendrán reuniones de coordinación con el Servicio de Difusión Cultural y el Servicio de Comunicación Municipal para la organización del trabajo, con una periodicidad mensual, para el establecimiento y seguimiento de líneas de trabajo.

3.- Tiempo estimado de trabajo

Para esta tarea, se ha estimado un tiempo de trabajo de 2 horas de trabajo diarias, de lunes a domingo durante todo el año. Se plantean un total de 14 horas semanales, para la libre distribución horaria por parte de la empresa. Estos trabajos incluyen la maquetación, edición y publicación de los posts, reels o stories y la grabación de videos o preparación de infografías, animaciones u otras propuestas interactivas.

Se ha eliminado la bolsa de horas establecida en el contrato anterior, porque no se realizó una correcta distribución de las horas y no supuso una ventaja, ni para la empresa ni para el Ayuntamiento de Pamplona.

4.- Equipo de trabajo



El equipo de trabajo que lleve a cabo estas labores serán profesionales o agencias del sector de comunicación con perfil de comunicación y experto en gestión de redes sociales.

La persona responsable de redactar las comunicaciones en euskera tendrá un nivel mínimo de C1 (acreditado).

Si durante la ejecución del contrato, la empresa adjudicataria tuviera que sustituir a alguna persona del equipo técnico se garantizará que el servicio quede cubierto con personas que reúnan los mismos requisitos exigidos en este apartado.

La adjudicataria será responsable del personal que ejecute el programa, estando éste sometido a su poder de dirección y organización (retribuciones, horarios, instrucciones, etc.), siendo de su competencia la relación jurídico-laboral con dicho personal, por lo que éste no tendrá en ningún caso, vinculación jurídico-laboral con el Ayuntamiento de Pamplona.

La empresa o profesional que resulte adjudicataria designará a una persona encargada de coordinarse con el Servicio de difusión cultural del Área de Cultura del Ayuntamiento.

5.- Medios técnicos

La empresa adjudicataria deberá contar para la correcta realización del trabajo con un equipo técnico adecuado para la realización de los trabajos de comunicación en redes sociales (creación de diseños, adaptación de formatos, edición y realización de publicaciones, animaciones, infografías y audiovisuales).

En la anterior convocatoria, se exigían unas determinadas características técnicas para dichos equipos, y se incluían en los criterios de valoración. En esta licitación, no se considera necesario, puesto que se presupone que la agencia o freelance que se dedique a esto, contará con unos equipos tecnológicamente acordes al trabajo de gestión de RRSS.

6.- Otras consideraciones

Todas las publicaciones que se realicen en las redes sociales de cultura deberán fomentar la utilización de una imagen y un lenguaje no sexista con valores de igualdad, integración social, diversidad social y cultural, pluralidad de roles y géneros, etc. conforme a lo establecido en la Ley Foral de Contratos Públicos.

La gestión de las redes sociales de PamplonaEsCultura supone también la participación en la estrategia digital del Ayuntamiento de Pamplona, dirigida desde el Servicio de



Comunicación. Esto supone que, en algunas ocasiones, el equipo que gestione estos perfiles puede ser requerido para compartir contenidos determinados en otras cuentas del ecosistema de redes del Ayuntamiento de Pamplona.

Las imágenes grabadas tanto en vídeo como las fotografías, deberán emplearse únicamente en las redes sociales del Ayuntamiento de Pamplona y pasarán a ser propiedad del Ayuntamiento de Pamplona, quien podrá utilizarlas para la difusión de sus actividades culturales, en otras ocasiones.

La toma de imágenes o grabación audiovisual de cada actividad o evento cultural deberá realizarse conforme a la Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, de protección civil del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen. Por tanto, será la empresa la responsable de solicitar los permisos oportunos y obtener las autorizaciones necesarias previas a las grabaciones, conforme a lo que establece la ley.

Asimismo, todas las difusiones y publicaciones de la empresa a través de las RRSS municipales de Cultura se realizarán siguiendo las indicaciones del Reglamento General de Protección de Datos y la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales.

Una vez concluido el trabajo, se entregará al Área de Cultura una memoria que contenga el número de publicaciones realizadas y un análisis de seguimiento de visitas, usuarios, likes, comentarios, etc. de cada una de las redes (Facebook, Twitter, Instagram y TikTok) durante este período de tiempo.

7.- La licitación

La convocatoria irá dirigida a empresas o profesionales del sector de la comunicación con perfil periodístico y expertos en gestión de redes sociales, que incluyan en el proyecto una persona responsable de redactar las comunicaciones en euskera (acreditado con un nivel C1).

Se ha establecido un precio máximo de licitación de 29.120 euros (+ IVA) para el trabajo a realizar de lunes a domingo durante todo el año. El precio se ha estimado por un importe de 40 euros a la hora, calculado para 14 horas semanales, (52 semanas), en el que se incluye honorarios del personal y seguridad social, un 12 % de beneficio industrial y otros gastos como la amortización de los equipos técnicos necesarios a una tasa del 25 % para dos años.

Las empresas que se presenten a la licitación deberán elaborar un plan de trabajo que se valorará a través de dos propuestas de difusión, según se solicita en el Cuadro de Características técnicas de esta licitación:



1.- Acciones de difusión y promoción de las actividades que se organizan habitualmente en el área de Cultura en la semana del 18 al 24 de marzo de 2024, teniendo en cuenta que la programación abarca Música, Artes Escénicas, Exposiciones, conferencias, talleres, cursos, etc.

2.- Acciones de difusión y promoción del Festival de las Murallas, desde la perspectiva de ciclo (imagen y actividades globales) y de la oferta de cada una de las actividades.

Se valorará la creatividad en la presentación de los contenidos basados en la imagen original del ciclo y su adaptación a cada una de las vías de comunicación en redes sociales (stories, reels y feeds de cada una de las redes sociales que forman parte de la propuesta: Facebook, Instagram, Twitter y TikTok), así como su estrategia de calendarización de publicaciones con los objetivos de llegar al mayor número de público posible y convencerles de que acudan a alguna de las actividades organizadas. (Animación, videos para stories y TikTok, infografías, nuevas propuestas de interacción con el público y la estrategia de publicación en cada una de las redes sociales y sus contenidos).