



## **PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARTICULARES QUE RIGE EL CONTRATO DE SERVICIOS DENOMINADO “SERVICIO DE GESTIÓN DE REDES SOCIALES PARA EL PROGRAMA CARNÉ JOVEN COMUNIDAD DE MADRID”**

---

### **1. OBJETO DEL CONTRATO**

El objeto del presente contrato es el servicio de gestión de redes sociales para el programa Carné Joven Comunidad de Madrid, mejorando los canales de comunicación y las estrategias de marketing digital.

El Carné Joven es una iniciativa europea que se organiza a través de la asociación EYCA (European Youth Card Association). El Carné Joven está presente en más de 37 países, y posibilita el acceso de los jóvenes menores de 31 años a una amplia gama de bienes y servicios en los campos de la cultura y la movilidad especialmente ventajosas y facilita, además, la información óptima para conocer tales ventajas.

Carné Joven Comunidad de Madrid es una marca registrada que cuenta con más de 500.000 socios en la región, y más de 900 empresas colaboradoras, y supone una serie de ventajas aplicables a todos los jóvenes entre los 14 y los 30 años que viven en la Comunidad de Madrid.

Su regulación se establece en la Orden 806 bis/2009, de 22 de julio, publicada en el BOCM el 21 de octubre de 2009 y, con carácter general, en la Ley 8/2002, de 27 de noviembre, de Juventud de la Comunidad de Madrid.

### **2. OBJETIVO**

Con este contrato se pretende incrementar la marca Carné Joven Comunidad de Madrid, mejorando su imagen, creando sentimiento de marca y reforzándola como un aliado de las políticas de juventud a conocer y a implementar. Para ello, se intentará conseguir una mayor aproximación a los usuarios de Carné Joven (jóvenes entre 14 y 30 años) mediante el conocimiento de las acciones y ventajas que se realizan desde el programa. Toda la información debe canalizarse a través de los perfiles que Carné Joven Comunidad de Madrid tiene abiertos en las redes sociales (Twitter, Instagram, Facebook) y aquellos otros en los que se valore positivamente su apertura, y estarán enfocados a los jóvenes según su edad ya que, en la mayoría de los casos, irá unida a sus necesidades e inquietudes.

### **3. OBLIGACIONES CONTRACTUALES**

Las obligaciones del contratista serán:

#### **3.1 Planificación de la estrategia de comunicación y contenidos en Redes Sociales.**

Esta planificación deberá incluir posicionamiento, contenido y timing. Tomará especial relevancia la estrategia de difusión en campañas concretas.



3.2 Mantenimiento de perfiles sociales existentes: Facebook, Twitter, Instagram, de acuerdo con la estrategia de comunicación señalada en el apartado anterior, así como la creación de aquellos otros perfiles sociales que se consideren necesarios. Se realizarán el mayor número de publicaciones para generar engagement con los jóvenes en general evitando, en todo caso, la saturación informativa. Deberá publicarse, salvo que la estrategia que se defina y apruebe por la Dirección General competente en materia de juventud indique otra cosa:

- Un mínimo de 10 posts/publicaciones o comunicaciones por semana, con textos e imágenes, para cada una de las redes sociales existentes de carné joven Comunidad de Madrid, atendiendo especialmente a eventos o acciones concretas que puedan resultar interesantes para los usuarios de Carné Joven, así como a los potenciales usuarios. Las comunicaciones se podrán realizar con carácter previo a la actividad, durante y tras la celebración de la misma, y se fomentará su promoción y difusión. En caso de necesidad, y en épocas del año concretas, se podrán programar dos publicaciones.
- En el caso de Twitter, Facebook e Instagram se repostearán, teniendo en cuenta los seguidores y seguidos, contenidos de interés, como pueden ser noticias de interés para los jóvenes así como actividades formativas derivadas de la Dirección General competente en materia de Juventud. Lo mismo ocurrirá en el caso de Tik Tok, o en aquellos otros perfiles donde se considere necesario su apertura. De esta manera, se generará una red de contenido que ayudará a conocer la identidad propia de Carné Joven Comunidad de Madrid.
- Adaptación de creatividades a la red social que corresponda.
- Creación de infografías y vídeos de presentación con el objetivo de dar a conocer a los seguidores del Carné Joven Comunidad de Madrid sus ventajas y servicios. Se realizarán infografías de las ofertas, servicios, concursos, u otros que Carné Joven desee publicar en sus RRSS.
- Para todas las redes, generación de contenido adecuado para cada una de ellas, teniendo en cuenta el establecimiento de un sistema de revisión diario, con comentarios a las publicaciones de los seguidores, respondiendo a los comentarios en las publicaciones, repostando contenido interesante de otras cuentas, seguimiento de hashtags y de los perfiles más interesantes, así como la detección y eliminación de usuarios falsos.

De cada publicación se desarrollará un copy o texto para cada red y su correspondiente diseño, que será aprobado por la Dirección General de Juventud, o aquella que pudiera sustituirla, con carácter previo a su publicación, todo ello con arreglo al apartado 3.4.

3.3 Captación de nuevos usuarios y seguidores: La empresa contratista deberá desarrollar propuestas concretas de lanzamiento y captación de nuevos seguidores, mediante la interacción, relación y la comunicación directa.



3.4 Desarrollo de la estrategia comunicativa en redes sociales: Supone la puesta en marcha de la estrategia de comunicación que el adjudicatario presente para el programa, e incluye la comunicación periódica del contenido definido dentro de la estrategia de comunicación de la Dirección General competente en materia de juventud, en el marco de una relación permanente y fluida. Para ello, se realizará, al menos, una reunión quincenal para planificar dicha estrategia de comunicación con esta Dirección General.

Esta estrategia comunicativa incluirá, en todo caso y sin carácter excluyente, las siguientes acciones:

- Elaboración del calendario de las publicaciones para cada mes, previa aprobación por la Dirección General competente en materia de juventud.
- Realización de sorteos con los colaboradores: Entradas, regalos, cupones, descuentos... Los regalos serán aportados por la Dirección General competente en materia de juventud.
  - o Tras cada sorteo se deberá entregar un informe de resultados y conclusiones, intentado mejorar el engagement y la fidelidad del usuario.
  - o Se deberán publicar las bases legales y las condiciones online para que estén visibles mientras se produce el sorteo, previa aprobación por la Dirección General competente en materia de juventud.
- Utilizar herramientas apropiadas para la programación y alimentación de las redes, analizando el desarrollo del canal y estudiando propuestas de mejora continua.

3.5 Los servicios de Community Manager exigidos tendrán la obligación de ser prestados por la propia empresa contratada. En todo caso, el contratista aportará un community manager con experiencia contrastada en proyectos similares que realizará, durante el tiempo de vigencia del contrato, las obligaciones fijadas en los apartados 3.2, 3.3 y 3.4. Concretamente, llevará a cabo las siguientes funciones:

- Potenciar la presencia de Carné Joven Comunidad de Madrid en el mundo online y mejorar su posicionamiento.
- Gestionar acciones de comunicación, promoción y publicidad derivadas de Carné Joven Comunidad de Madrid.
- Comunicar y atender a los usuarios de grupos, comunidades y perfiles sociales de Carné Joven Comunidad de Madrid.
- Monitorizar comunicaciones online vinculadas con Carné Joven Comunidad de Madrid y participar en ellas.
- Identificar a líderes de opinión y establecer relaciones constructivas con ellos.



- Detectar necesidades de contenido demandadas por los usuarios para su creación o posible desarrollo.
- Proponer y desarrollar encuestas destinadas a fomentar la participación de los usuarios del programa.
- Participación en reuniones de trabajo periódicas en la sede de la Dirección General de Juventud, o aquella que pudiera sustituirla, para mantener las reuniones necesarias de información y planificación.
- Asistencia a actos y eventos, con un máximo de 3 cada mes, así como la redacción de contenidos y toma y adaptación de imágenes a los formatos en redes. El desplazamiento correrá, en todo caso, a cuenta del adjudicatario.
- Relación con la agencia de medios para la inserción y/o adaptación de los contenidos a los formatos exigidos en las campañas que se desarrollen.
- Hacer actualizaciones periódicamente buscando el objetivo de fidelizar y mejorar la reputación online.
- Identificar los puntos fuertes y débiles.
- Analizar el comportamiento y los intereses de los seguidores.
- Saber qué tipo de contenido es el que más interés provoca.
- Métricas de todas las redes sociales, además de hacer un seguimiento de los comentarios e interacciones de las diferentes redes sociales de Carné Joven Comunidad de Madrid.
- Conocimiento y uso de herramientas para conocer las franjas horarias y días de la semana de mayor aceptación de las publicaciones, junto con la programación de publicación de contenido.
- Diagnóstico en torno RRSS: % de penetración de RRSS, presencia en la web de empresas y presencia en las RRSS de las empresas.
- Hacer más visible y atractiva la marca al público objetivo.

### 3.6 Elaboración de informes y medición de resultados.

Se elaborará un informe mensual con las estadísticas de cada una de nuestras RRSS (incrementos del número de seguidores, los “me gusta”, el alcance y la interacción de sus post) que se presentará en la primera semana del mes siguiente al que el informe se refiera, y un informe de carácter anual, a entregar en el mes siguiente a la finalización del año correspondiente. Además, se elaborará un informe global con la finalización de los trabajos, donde se resumirán los aspectos más significativos en la gestión de las redes sociales de Carné Joven Comunidad de Madrid.



Junto con los informes anteriores, el contratista deberá informar, en todo momento y a petición de la Dirección General competente en materia de juventud, y sin perjuicio de las funciones previstas en el apartado 3.5, de los indicadores de seguimiento y evaluación ante acciones concretas.

Los informes medirán el impacto de las relaciones, conocido en sus siglas inglesas como IOR (Impact of Relationship), con al menos cuatro variables a las que se otorgarán determinados valores:

- Autoridad: Entendiéndose como las menciones recibidas en otros medios, fuera de las propias Redes Sociales y de la página web.
- Influencia en los medios sociales: Cantidad de suscriptores, número de nuevos suscriptores...
- Participación de los seguidores: Comentarios en Facebook, Twitter, Instagram, Retwitts...
- Tráfico generado de los medios sociales a la página web.

#### **4. MEDIOS PERSONALES**

La empresa adjudicataria dispondrá del personal necesario para la buena ejecución de los trabajos. En todo caso, deberá contar con un profesional con experiencia demostrable en comunicación online y marketing digital de un mínimo de dos años. Esta experiencia deberá acreditarse mediante certificado de la empresa o entidad en la que haya prestado sus servicios.

En ningún caso las personas que participen en la ejecución del contrato tendrán dependencia orgánica o funcional con la Administración.

Los trabajos se realizarán con el equipo técnico necesario para su ejecución, que correrán a cargo de la empresa adjudicataria, al igual que los gastos de dietas, telefonía móvil, internet, vehículo y transporte en general.

#### **5. RESPONSABLE DE LOS TRABAJOS**

El adjudicatario nombrará a una persona responsable de los trabajos ante la Dirección General de Juventud, o aquella que pudiera sustituirla, que le representará para todas las notificaciones, requerimientos... que sea preciso realizar.

La propuesta de designación del representante/responsable de los trabajos deberá realizarse en un plazo máximo de 15 días a contar desde la adjudicación del contrato. A petición de la Dirección General competente en materia de juventud, y durante toda la duración del contrato, podrá ser modificada la persona representante del adjudicatario.

Adjudicado el contrato, y con carácter previo al inicio de los trabajos, se mantendrá una reunión entre los representantes de la Administración y del adjudicatario a efectos de clarificar cuantos extremos resulten precisos.



## **6. CONFIDENCIALIDAD, PROTECCIÓN DE DATOS DE CARÁCTER PERSONAL Y PROPIEDAD INTELECTUAL**

La empresa contratista deberá garantizar el cumplimiento de la normativa vigente en cuanto a la seguridad de datos de carácter personal, según el Reglamento General de Protección de Datos (UE) 2016/679, en la utilización y tratamiento que haga de los datos cedidos por la Comunidad de Madrid.

Todos los documentos y resultados del trabajo objeto del presente contrato serán propiedad de la Comunidad de Madrid.

La Dirección General competente en materia de juventud designará un equipo coordinador del proyecto que realizará el seguimiento completo de los trabajos contratados y de la calidad de los resultados obtenidos, nombrado a un responsable que actuará como interlocutor con la empresa adjudicataria.

## **7. SUPERVISIÓN Y SEGUIMIENTO**

Las prestaciones objeto del presente contrato se realizarán, en todo caso, según las directrices de la Dirección General de Juventud, o aquella que hubiera asumido sus competencias, que supervisará los trabajos y ejercerá el control necesario.

Asimismo, se realizará el seguimiento del cumplimiento de las condiciones especiales de ejecución.

Madrid, a la fecha de la firma

EL DIRECTOR GENERAL DE JUVENTUD

Nikolay Yordanov

