

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARTICULARES QUE RIGE EL CONTRATO DE SERVICIOS DENOMINADO “SERVICIO DE GESTIÓN DE REDES SOCIALES GESTIONADAS POR LA DIRECCIÓN GENERAL DE JUVENTUD”.

1. OBJETO DEL CONTRATO.

El objeto del presente contrato es el servicio de gestión de las redes sociales gestionadas por la Dirección General de Juventud, mejorando los canales de comunicación y las estrategias de marketing digital.

2. OBJETIVO.

Con este contrato se persigue un doble objetivo:

Por un lado, 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.

Por otro lado, se busca continuar con la información facilitada a los profesionales de juventud a través de las redes sociales, acerca de los programas de juventud que se desarrollan por las distintas administraciones públicas. Asimismo, se pretende comunicar toda la información posible sobre actividades, cursos, becas, ayudas... que sean de interés para la población joven en el ámbito de la Comunidad de Madrid. Junto con los profesionales de juventud y, con carácter general, la población joven, también son destinatarios de la información los centros educativos en dicho ámbito territorial.

Por ello, con la comunicación que se realice, se busca que los profesionales de juventud, junto con los centros educativos, se hagan eco de la información y la trasladen a través de sus propios canales, para alcanzar así a un mayor número de jóvenes, estableciéndose una red de comunicación en la que la información parte de la Dirección General de Juventud, o de la dirección general que asuma sus competencias, y llegue a los profesionales de juventud y entidades que trabajan con jóvenes, y éstas finalmente la comparten, amplificando el mensaje y alcanzando una mayor audiencia. Toda la información debe canalizarse a través de los perfiles que juventud Comunidad de Madrid tiene abiertos en las redes sociales (Twitter, Instagram, Facebook, Youtube y TikTok) y aquellos otros en los que se valore positivamente su apertura, siempre enfocados a las necesidades e inquietudes de los jóvenes.



Se entiende por programas de juventud todos aquellos que tengan incidencia en la población de 14 a 30 años, sin perjuicio del departamento que lo desarrolle.

Además, se busca con este contrato que una empresa especializada, conocedora de los distintos canales de comunicación, consiga una mayor uniformidad en el contenido a difundir, respetando la heterogeneidad de los programas, y evitando posibles contradicciones.

3. OBLIGACIONES CONTRACTUALES.

Los canales existentes en las redes sociales que gestiona la dirección competente en materia de juventud, son las siguientes:

Twitter: @carne_joven_mad y @juventudcmadrid.

Facebook: @CarneJovenMadrid y @juventudcmadrid.

Instagram: @carne_joven_mad y @juventudcmadrid.

Youtube: @JuventudComunidaddeMadrid.

TikTok: @juventudcmadrid.

De acuerdo con estos canales de comunicación las obligaciones del contratista serán, sin perjuicio de la apertura de otros canales cuando así se considere necesario por la dirección general competente en materia de juventud, las siguientes:

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, Youtube y TikTok de acuerdo con la estrategia de comunicación señalada en el apartado anterior, así como la creación, junto con el mantenimiento, de aquellos otros perfiles sociales que se consideren necesarios. Se realizarán el mayor número de publicaciones para generar engagement con el público objetivo 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 7 posts/publicaciones o comunicaciones por semana, con textos e imágenes, por cada uno de los perfiles en redes sociales existentes, atendiendo especialmente a la información que puedan resultar de interés para los jóvenes o derivadas de acciones o eventos concretos que puedan resultar interesantes para los usuarios del carné joven. Las publicaciones se realizarán de lunes a domingo. En el caso de que fueran actividades, las comunicaciones se realizarán 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 más 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 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 y de las políticas de juventud.
- Incorporación y adaptación de la imagen corporativa en las distintas redes sociales.
- 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, así como la creación de infografías y vídeos de presentación con el objetivo de dar a conocer la información que se publique.
- 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, compartiendo 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 con la redacción y diseño adaptados a cada red social, 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 y creatividades semanalmente, previa aprobación por la Dirección General competente en materia de juventud.
- En las cuentas de Carné Joven Comunidad de Madrid, la realización de distintas acciones, como sorteos, encuestas, challenges... con los usuarios del programa. Para realizar estas actividades, la dirección general competente en materia de juventud aportará las entradas, los cupones, los regalos de los sorteos o los descuentos necesarios para conseguir que las acciones resulten atractivas. Tras cada acción, se deberá entregar un informe de resultados y conclusiones, intentado mejorar el engagement y la fidelidad del usuario.

Además, la empresa adjudicataria deberá redactar y publicar las bases legales y las condiciones online para que estén visibles mientras se produzca la acción, 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 dos 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 Juventud Comunidad de Madrid en el mundo online y mejorar su posicionamiento.
- Gestionar acciones de comunicación y promoción de la información y actividades de juventud de la Comunidad de Madrid y del programa Carné Joven Comunidad de Madrid. Esto supondrá tanto la propuesta, el asesoramiento y la revisión de aquellos perfiles de influencers (youtubers, instagrammers...) cuya colaboración con la dirección general competente en materia de juventud pueda resultar interesante y adecuada, así como el mantenimiento de una relación constante y fluida con las empresas y entidades relacionadas con la dirección general competente en materia de juventud, en el marco de sus actividades de información, promoción y comunicación.
- Comunicar y atender a los usuarios de grupos, comunidades y perfiles sociales de Juventud Comunidad de Madrid y Carné Joven Comunidad de Madrid.
- Monitorizar comunicaciones online vinculadas con carné joven y juventud de la 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 carné joven
- Participación en reuniones de trabajo periódicas con la dirección general competente en materia de juventud para planificar las actuaciones, así como el mantenimiento de una relación directa y fluida.
- 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.
- 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 y de juventud de la 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.
- Hacer más visible y atractiva la marca carné joven y la marca juventud 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 juventud de la Comunidad de Madrid y 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 dos profesionales en comunicación online y marketing digital, con experiencia demostrable 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 y requerimientos que sean precisos 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. 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.

A la fecha de la firma,

EL DIRECTOR GENERAL DE JUVENTUD

