



Este documento se ha obtenido directamente del original que contenía la firma auténtica y, para evitar el acceso a datos personales protegidos, se ha ocultado el código que permitiría comprobar el original.
(Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre)

Dirección General de Cultura e Industrias Creativas
CONSEJERÍA DE CULTURA, TURISMO Y DEPORTE

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DE UN SERVICIO DE COMUNICACIÓN, DIFUSIÓN Y GESTIÓN DE REDES SOCIALES DE LA OFICINA DE PROMOCIÓN DE RODAJES DE LA COMUNIDAD DE MADRID FILMMADRID.

1. OBJETO DEL PLIEGO

El objeto de este contrato es la regulación de las prestaciones correspondientes a la contratación de los servicios de una empresa que gestione la comunicación y difusión online de la actividad de la Oficina de Promoción de Rodajes de la Comunidad de Madrid, en adelante Film Madrid, y de la Asesoría Audiovisual de la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte de la Comunidad de Madrid, fundamentada en la creación de contenido para la página web y la estrategia de redes sociales de Film Madrid y de la actividad audiovisual bajo las competencias de la Dirección General de Cultura e Industrias Creativas de la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte de la Comunidad de Madrid.

Los objetivos de comunicativos de este servicio son:

- 1.1.** Realizar un análisis previo de las Redes Sociales, en adelante RRSS, de Film Madrid, y proponer a la Dirección General de Cultura e Industrias Creativas una estrategia para su gestión en el periodo de ejecución del contrato.
- 1.2.** Convertir las RRSS y la página web de Film Madrid en un espacio de referencia para consultar las novedades relativas al sector audiovisual y del videojuego como industria creativa, en la Comunidad de Madrid.
- 1.3.** Difundir los proyectos propios de la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte de la Comunidad de Madrid en el sector audiovisual y del videojuego como industria creativa.
- 1.4.** Posicionar la marca Film Madrid centrada en sus funciones de Oficina de Servicio Público y su labor dinamizadora de la industria audiovisual y del videojuego como industria creativa, especialmente en la Comunidad de Madrid y a nivel nacional.
- 1.5.** Gestionar contenido de la página web de Film Madrid, generar y aumentar el tráfico de usuarios y la difusión de los programas, actividades y contenidos relacionados con el sector audiovisual bajo las competencias de la Dirección General de Cultura e Industrias Creativas.

Los servicios de difusión, comunicación, marketing y publicidad referidos en los objetivos, requieren una prestación coordinada, bajo la supervisión del equipo de comunicación de la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte y los responsables de Film Madrid, que, con sus medios y personal actuales, no pueden llevar a cabo las funciones requeridas en el objeto de este contrato.

2. PRESTACIÓN DEL SERVICIO

Dentro de las acciones de difusión que la Dirección General de Cultura e Industrias Creativas tiene previstas para el ejercicio de 2025, se destaca el objetivo de posicionar la marca de Film Madrid, a la vez que se difunden las acciones que, en apoyo del sector audiovisual, se realizan desde la propia oficina de Film Madrid y las que se vertebran a través de la Asesoría Audiovisual de la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte.

La empresa adjudicataria dará respuesta a este posicionamiento y difusión de actividades on line, implementando y ejecutando una estrategia de comunicación on line basada en un análisis previo que incluya el posicionamiento de la marca Film Madrid, además de las líneas estratégicas, objetivos y acciones específicas para su consecución.

La empresa aportará una memoria técnica que incluya:

- Un **análisis del posicionamiento** de la **marca de Film Madrid**,
- Una **estrategia global de comunicación** y difusión on line, que abarque la gestión de contenidos para la página web de Film Madrid, la gestión de las RRSS de Film Madrid y la difusión on line de todas las actividades basadas en las competencias que, en apoyo del sector audiovisual y de videojuego como industria creativa, ejerce la Dirección General de Cultura e Industrias Creativas y la Asesoría Audiovisual de la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte de la Comunidad de Madrid.
- Una **estrategia específica para las redes sociales de Film Madrid**, que incluya diseño, adaptaciones, calendarización de post y noticias web que ponga en valor el trabajo de Film Madrid y que incluya indicadores cuantificables.

Dicha memoria incorporará indicadores, para la evaluación de objetivos, como el aumento de número de seguidores en cada uno de los perfiles que Film Madrid tiene en las diferentes RRSS, así como el alcance de las publicaciones en las mismas y la interacción (engagement) de los usuarios o el tráfico y visitas a la página web de Film Madrid.

Además, se incluirán técnicas y acciones de marketing online, centradas en el sector audiovisual, incluyendo el videojuego como industria creativa, del que la empresa adjudicataria tendrá que tener conocimientos contrastables, exigiéndose experiencia de la menos dos años en la gestión de RRSS y contenidos web en el sector audiovisual, tanto en ámbitos públicos como privados.

Para llevar a cabo estas prestaciones, es necesario que la empresa cuente con un equipo multidisciplinar, que pueda aportar soluciones en campos como el diseño gráfico, la comunicación online, la gestión de contenidos y el marketing digital.

El personal de la empresa adjudicataria, adscrito a la prestación del servicio objeto de contrato, constará de los siguientes efectivos:

- Una persona empleada a jornada completa, como Community Manager y jefe de equipo, dentro del “Grupo II. Jefaturas” recogido en el Convenio Colectivo Estatal para empresas de publicidad (Anexo IV): “Engloba aquellos puestos de trabajo que actúan de forma independiente dentro de los objetivos y directrices concretos establecidos por la Dirección. Sigue instrucciones y/o procedimientos ya establecidos, Sus decisiones tienen, sobre todo, un impacto en el día a día del área o áreas funcionales bajo su responsabilidad. Puede ser responsable de la supervisión de personas o equipos”. Esta persona coordinará el cumplimiento del objeto del contrato, realizará el seguimiento de acciones de FilmMadrid que sean difundibles en medios online, coordinará el contenido textual y la adaptación gráfica necesaria para dotar de contenidos a la web de FilmMadrid y a sus perfiles en Redes Sociales, pondrá los contenidos a aprobación por parte de la Dirección General de Cultura e Industrias Creativas. Coordinará todas las funciones de community management para el correcto desarrollo de los perfiles de FilmMadrid en Redes Sociales. Realizará los informes de seguimiento, análisis, posicionamiento y final. Además, gestionará los contenidos de sección de noticias de la página web de FilmMadrid, coordinando las funciones necesarias para cumplir las tareas objeto de este contrato descritas en el presente pliego.
- Una persona empleada a media jornada, dentro del Grupo II del Convenio citado en el párrafo anterior, como redactor y/o gestor de noticias: Es la persona encargada de gestionar, dinamizar, construir y moderar comunidades en torno a una marca en los medios sociales. Gestionará directamente los perfiles de FilmMadrid en redes sociales, propondrá, redactará y generará contenidos para estos perfiles, incluyendo el contenido textual y gráfico, coordinando sus acciones con el Redactor/Gestor de noticias y prestará apoyo en el resto de funciones objeto de este contrato descritas en este pliego.
- El personal que aporte la empresa adjudicataria no tendrá vinculación alguna con la Comunidad de Madrid y dependerá única y exclusivamente del contratista, el cual asumirá la condición de empresario, con todos los derechos y obligaciones respecto a dicho personal con arreglo a la legislación vigente y a la que en lo sucesivo se promulgará, sin que, en ningún caso, resulte responsable la Comunidad de Madrid de las obligaciones del contratista y sus trabajadores aun cuando los despidos y demás medidas que puedan adoptar

sean como consecuencia directa o indirecta del cumplimiento, rescisión, modificación o interpretación del contrato.

Todos los servicios del presente contrato, que realice la empresa de comunicación adjudicataria del mismo, se realizarán bajo la supervisión, aprobación y control de los responsables de comunicación de la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte, de la Dirección General de Cultura e Industrias Creativas y de los responsables de Film Madrid.

3. ALCANCE Y DESCRIPCIÓN DE LAS TAREAS A REALIZAR

El alcance de las funciones a realizar por la empresa adjudicataria del presente contrato se define en la creación y ejecución de una estrategia o plan de comunicación que abarque la gestión de contenidos para la página web de Film Madrid, la gestión de las RRSS de Film Madrid y la difusión de todas las actividades basadas en las competencias que, en apoyo del sector audiovisual y de videojuego como industria creativa, ejerce la Dirección General de Cultura e Industrias Creativas y la Asesoría Audiovisual de la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte de la Comunidad de Madrid.

Las tareas principales a realizar, por parte de la empresa adjudicataria, serían las siguientes:

3.1. Elaboración de un análisis de situación y propuesta de estrategia o plan de comunicación.

Análisis previo de la gestión de contenidos de la página web de Film Madrid y la gestión de sus perfiles en RRSS.

Este análisis incluirá la gestión y actividad de los contenidos de la página web de Film Madrid, así como la gestión y actividad de sus perfiles en Twitter (ahora X) e Instagram, tanto en su aspecto cuantitativo como cualitativo, incluyendo herramientas de análisis de tráfico, repercusión, interacción, etc. Se realizará un análisis del sector audiovisual, que incluirá un mapa de posicionamiento y un análisis DAFO o similar, además de una evaluación de la competencia, entendiendo como tal la actividad on line de otras oficinas de administraciones públicas e instituciones privadas que se dediquen a las mismas funciones que Film Madrid.

En base a este análisis previo, la empresa adjudicataria presentará una estrategia de comunicación y gestión de contenidos, que incluirá las pautas de generación de contenido para la página web de Film Madrid, así como las

acciones de comunicación y difusión que se realizarán a través de los diferentes perfiles de RRSS.

En la creación de contenidos de la página web de Film Madrid, se limitará a la sección de noticias de la misma, quedando excluidos del objeto de este contrato el mantenimiento y arquitectura de la página web, así como las funciones de web master.

La estrategia o plan de comunicación se estructurará en líneas estratégicas, objetivos operativos y acciones concretas. Se incluirán indicadores de evaluación de cumplimiento de cada objetivo y el público objetivo (target) al que van dirigidas las acciones.

La estrategia de comunicación incluirá, además de los objetivos, las adaptaciones y creación de plantillas basadas en el Manual de Identidad Gráfica que será proporcionado por la Dirección General de Cooperación e Industrias Creativas.

Además, incorporará una guía de estilo e identidad visual, procedimientos de adaptación de contenidos, calendario editorial y estrategia específica para RRSS. La estrategia se plasmará en un documento que se entregará a los responsables de la Dirección General de Cultura e Industrias Creativas y a los responsables de Film Madrid.

La estrategia incluirá una propuesta de aumento de seguidores en los diferentes perfiles de RRSS en los que Film Madrid tenga presencia, así como del alcance de las publicaciones e interacciones (engagement) de los usuarios.

Se establece un porcentaje mínimo de crecimiento de seguidores de cada perfil en las diferentes RRSS, de un 15 %, excepto, si se diera, en perfiles de nueva creación, dónde se establecería un objetivo de 1000 seguidores en el primer año, a contar desde la fecha de creación del perfil.

En la redacción de contenidos tanto para red social y pagina web se atenderá a los siguientes principios generales:

- Brevedad. Se evitará incluir información redundante y ajena al tema central.
- Actualidad. Lo expuesto debe ser relevante para las audiencias en ese momento.
- Composición clara, concisa y directa. La capacidad de síntesis es muy importante, así como el uso de un lenguaje que, dentro de lo institucional, permita que el mensaje llegue a la ciudadanía joven. Debe evitarse el lenguaje complejo y las imágenes narrativas de difícil comprensión.
- Objetividad en el mensaje. Se facilitará información objetiva, y se respetará lo dispuesto en la normativa vigente en materia de publicidad institucional.
- Buena ortografía y estilo de redacción. Se cuidará el uso del lenguaje y su correcta utilización para preservar la identidad de la institución.

3.2. Gestión de RRSS (Social Media).

Gestión y dinamización de los perfiles de Film Madrid en RRSS.

En los perfiles de todas las RRSS en los que tenga presencia Film Madrid, se realizarán los trabajos de community management, la publicación de contenidos y la monitorización y análisis estadístico de la performance en los diferentes perfiles, que se incluirán en un informe mensual. Todas las acciones seguirán el objetivo de posicionar la marca de Film Madrid como referente de la actividad audiovisuales en el territorio de la Comunidad de Madrid.

La interacción con los diferentes usuarios se realizará siguiendo las indicaciones de la Dirección General de Cultura e Industrias Creativas y los responsables de Film Madrid.

Se requiere una propuesta de calendarización de publicación de contenidos propios y originales en los perfiles de Film Madrid en las diferentes RRSS, que incluya el timing y que se ajuste al número de publicaciones que se detalla a continuación:

- Twitter (X): mínimo de 20 post semanales (sin incluir repost)
- Instagram: Mínimo de 10 entradas semanales; Reels: mínimo de 2 entradas semanales; Stories: mínimo de 10 entradas semanales.

No computarán en estos mínimos las publicaciones de terceros que sean compartidas (Re tweet, compartidas y similares). Las publicaciones han de seguir los mismos criterios gráficos, que contribuyan a la construcción de la marca de Film Madrid en medios digitales. La calendarización ha de incluir copies específicos para cada RRSS, con una antelación de 7 días naturales para la aprobación por parte de la DGICIC.

Las publicaciones incluirán siempre un enlace a la página web de Film Madrid. Monitorización, escucha activa y gestión de reputación. La empresa adjudicataria tendrá un plazo máximo de 24 horas para responder a preguntas a través de RRSS.

Film Madrid se reserva el derecho de sustituir los perfiles en las redes sociales mencionadas por otros en redes sociales equivalentes.

3.3. Gestión de contenidos web.

La página web de Film Madrid, <http://www.madrid.org/filmmadrid/>, será el repositorio en el que se suban todos los contenidos generados por la empresa adjudicataria, que se centrarán exclusivamente en la sección de noticias de la web.

Se requiere la elaboración y publicación de contenidos que den cobertura a los proyectos de Film Madrid y de la asesoría audiovisual de la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte de la Comunidad de Madrid, así como de otros proyectos que se ubiquen en el territorio de la Comunidad de Madrid y sean de

interés para la audiencia. El número y ajuste de las publicaciones se detalla a continuación:

- Propuesta de calendarización de contenidos, que será aprobada previamente por los responsables de Film Madrid y la Dirección General de Cooperación e Industrias Creativas.
- Se establece un máximo de 20 contenidos mensuales a propuesta de la empresa adjudicataria y aprobados previamente en la calendarización presentada a Film Madrid.
- Toda la información, así como material fotográfico y/o video tendrá que ser gestionado por la empresa adjudicataria.
- Análisis estadístico. Se realizará un análisis estadístico del tráfico y visitas que reciba la página web, que se incluirá en el informe mensual de actividad que ha de entregar la empresa adjudicataria.

Propuesta de mejoras: la empresa adjudicataria, propondrá una serie de mejoras en la sección de noticias de la página web de Film Madrid, que pueden incluir la creación de nuevas secciones, con al objetivo de aumentar el tráfico y el número de usuarios únicos que acceden a la misma, así como tipos de contenidos con formatos innovadores que aporten información cualitativa sobre distintos aspectos de la industria audiovisual y del videojuego como industria creativa.

La generación de contenidos podrá proceder de indicaciones de la Dirección General de Cultura e Industrias Creativas y de los responsables de Film Madrid. La empresa adjudicataria propondrá contenidos cuyo origen esté relacionado con la actividad de Film Madrid y de la asesoría audiovisual de la Consejería, con la actividad de la Comunidad de Madrid relacionada con el sector audiovisual, o con la actividad de terceros, que incluyan noticias de actualidad o contenidos genéricos dentro del ámbito audiovisual. En la generación de estos contenidos se incluirá la cobertura de eventos relacionados.

Se incluirán como contenidos la difusión de las convocatorias de ayudas al sector audiovisual de la Comunidad de Madrid.

3.4. Cobertura eventos.

Para la creación de contenido propio, la empresa adjudicataria cubrirá los eventos propios de la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte, de la DGCIC, de la asesoría audiovisual y de Film Madrid, así como de eventos de terceros en los que alguna de las partes señaladas tenga presencia o se consideren de interés por parte de los responsables de Film Madrid y de la DGCIC.

Se establece un número de 25 coberturas de eventos anuales, en los que la empresa adjudicataria realizará, a través de la presencia de un miembro de la misma, fotografías y vídeos del evento, que aporten contenido gráfico a los contenidos de la página web de Film Madrid, así como la adaptación y edición de estos materiales gráficos para su adaptación a los diferentes formatos de cada RRSS.

Todas aquellas gestiones necesarias para cubrir el evento (acreditación, material informativo y gráfico, etc.) tendrá que ser asumido por la empresa adjudicataria.

Los eventos podrán tener lugar en territorio de la Comunidad de Madrid, en horario de mañana, tarde o noche, de lunes a domingo, y se comunicarán al contratista con un preaviso mínimo de 72 horas de antelación a su celebración

3.5. Diseño gráfico.

La empresa adjudicataria se encargará de la edición de los medios gráficos para adaptarlos a las diferentes plataformas de difusión, ya sea para los contenidos de la página web de Film Madrid, como para adaptarse a los diferentes formatos que requiera cada RRSS. Esta adaptación se hará para imágenes estáticas y videos propios e incluirá la conversión a los formatos oportunos. Tanto los archivos brutos (master) como los editados se archivarán y se pondrán a disposición de la Dirección General de Cultura e Industrias Creativas, que se reservará los derechos de utilizarlos a conveniencia.

De forma específica para RRSS, las tareas de adaptaciones y diseño gráfico incluirán:

- Diseño de una plantilla general para Twitter (X), Instagram feed e Instagram stories.
- Actualización de cada publicación con la foto y la información correspondiente, partiendo de esa plantilla.
- Vídeos cortos para RRSS (Reels en formato vertical y post de Instagram y X en formato vertical). La institución dará la información genérica de rotulados, mosca y cierre corporativo.
- Todas estas creatividades y vídeos deberán seguir la línea gráfica de la Dirección General de Cultura e Industrias Creativas, y deberán tener la aprobación previa de la Dirección General de Medios de la Comunidad de Madrid.
- Diseño de creatividades en base a una plantilla acorde a las guías de estilo e imagen de Film Madrid y Comunidad de Madrid. Se establece que será máximo de 20 creatividades para redes sociales exclusivamente por mes.

Todas las tareas previstas en este pliego, antes de su publicación, requerirán de la aprobación de la Comunidad de Madrid, a través de la Dirección General de Cultura e Industrias Creativas de la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte y de los responsables de Film Madrid.

4. ENTREGABLES DE DOCUMENTACIÓN DURANTE LA EJECUCIÓN DEL CONTRATO

4.1. Análisis de situación y propuesta de estrategia o plan de comunicación.

Se entregará por parte de la empresa adjudicataria en el plazo de 15 días tras la adjudicación del presente contrato. El documento se presentará a la Dirección General de Cultura e Industrias Creativas y a los responsables de Film Madrid.

4.2. Informes mensuales.

La empresa adjudicataria aportará con una periodicidad mensual, un informe que detallará la siguiente información:

Twitter (X): número de tuits, número de seguidoras y seguidores, número de seguidos, listas creadas y suscritas y el sentido de su creación, favoritos emitidos, alcance e interacciones (retuits, menciones.), consultas realizadas y contestadas satisfactoriamente, comentarios negativos o positivos, análisis de los tuits y cobertura de temáticas.

Para el resto de RRSS (Instagram): número de publicaciones, likes, menciones, alcance e interacciones en el mes que se informa.

Página web: se incluirá un análisis estadístico del tráfico de usuarios, número de usuarios únicos, de visitas y visualizaciones, en el que se especificará el tráfico generado desde y hacia los perfiles de Film Madrid en las RRSS en las que tenga presencia.

Además, la empresa adjudicataria incluirá en dicho informe, con carácter general, conclusiones y análisis de resultados mes a mes, para conocer de los trabajos realizados, motivación de actuaciones, éxitos y errores:

- Referencia a la metodología y las herramientas que utilizó para realizar su análisis.

- Se requiere del proveedor incluir específicamente un comentario general de carácter interpretativo sobre la evolución mensual de los perfiles e incidencias significativas acaecidas, a modo de conclusiones.
- Propuestas de mejora en la gestión de las RRSS de Film Madrid, recomendaciones para la consecución de objetivo a la vista de lo observado en el mes.

4.3. Informe final.

- A la finalización del contrato, la empresa adjudicataria entregará un informe final, que incluirá una memoria de actividades y trabajos realizados en la prestación del servicio recogido en este pliego, incluyendo las cifras de eventos, noticias, posts, tratamiento de imágenes, etc, con un análisis cualitativo y cuantitativo de los trabajos realizados. Dicho informe final será de entrega obligatoria antes del último pago previsto.

5. Propiedad de los trabajos:

La propiedad de todos los contenidos generados por la empresa adjudicataria en el ámbito de este contrato será de la Comunidad de Madrid.

En Madrid, a la fecha de la firma
EL DIRECTOR GENERAL DE CULTURA E INDUSTRIAS CREATIVAS

Fdo.: Gonzalo Cabrera Martín