PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS. GESTIÓN Y PUBLICACIÓN EN REDES SOCIALES Y CANAL DE YOUTUBE DE LANBIDE – SERVICIO VACSO DE EMPLEO

1. OBJETO DEL CONTRATO

El presente pliego tiene por objeto la contratación por parte de Lanbide del servicio para la gestión y dinamización de la Redes Sociales y Canal YouTube de Lanbide con el objetivo de potenciar estos canales y su retorno para la sociedad.

Concretamente, el objeto se centra en la creación de una estrategia de Social Media y la dinamización de las redes sociales de Lanbide para alcanzar los objetivos de comunicación establecidos de conformidad con lo establecido en el presente pliego.

2. OBJETIVOS

La empresa adjudicataria se encargará de:

- Conocer Lanbide
- Investigar el sector donde opera Lanbide, identificando otras entidades y empresas del sector conociendo sus RRSS.
- Incrementar la notoriedad de la marca Lanbide.
- Mejorar la comunicación y difusión de contenidos que Lanbide realiza a los usuarios, prescriptores y otras entidades y empresas del sector ajustándose a la singularidad y especialización que esto requiere.
- Mejorar la imagen de Lanbide y reforzarla como un aliado de la ciudadanía vasca en la búsqueda de empleo y el desarrollo profesional (formación y orientación laboral).

Hacer que Lanbide sea un referente para las empresas vascas en la búsqueda de candidatos para sus ofertas de empleo.

3. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO

A día de hoy, las redes sociales de Lanbide son las siguientes:

- **Facebook:** @Lanbide https://www.facebook.com/Lanbide
- **Twitter:** @lanbideejgv https://twitter.com/lanbideejgv

- **Linkedin:** https://www.linkedin.com/company/lanbide
- **Instagram:** https://www.instagram.com/lanbideejgv/
- **YouTube:** https://www.youtube.com/user/LANBIDEnet
- **Telegram:** https://t.me/lanbideejgv

La empresa adjudicataria deberá realizar los siguientes trabajos:

1. Desarrollo de un **Plan de Social Media** que debe contener, como mínimo, los siguientes apartados:

    - Análisis de la situación actual de Lanbide.
    - Evaluación de los canales a dinamizar.
    - Planteamiento de objetivos específicos y cuantificables en cada una de las cuentas según las necesidades detectadas.
    - Propuesta de la dinamización de cada uno de los canales identificados anteriormente.
    - Estrategia de segmentación de públicos.
    - Análisis y situación de otras empresas y entidades del sector.
    - Indicadores KPI necesarios para el seguimiento de la estrategia.

2. Establecer una estrategia de redes sociales y realizar el seguimiento de la misma.

3. Analizar las opciones de mejora del posicionamiento en buscadores en las redes sociales (Social SEO)

4. Elaborar un manual de crisis social media donde se detalle cómo se debe actuar ante una crisis social media.

5. Realización de creatividades gráficas y audiovisuales adaptadas a cada perfil. Concretamente las creatividades consistirán en:

    - Imágenes y plantillas prediseñadas.
    - Infografías.
    - Videos, GIF, *stories*, *reels* de Instagram o similar.

    Se deberá optar por el formato más apropiado en cada momento y el más adecuado para cada una de las redes. Lanbide podrá exigir la realización como máximo de 4 vídeos* y 4 infografías al mes. (*En la categoría vídeos incluimos los GIF, las *stories*, los *reels*).

    La empresa adjudicataria tendrá acceso a los bancos de imágenes de Lanbide.

6. Subir los video-tutoriales a YouTube. Además, se deberá ir adecuando los actuales video-tutoriales a la nueva imagen de marca de Lanbide.

7. Adecuar el lenguaje utilizado en los post y creatividades gráficas y audiovisuales a las necesidades de comunicación en cada una de las redes, atendiendo al público objetivo en cada una de ellas.

8. Difusión y dinamización de las cuentas existentes y las nuevas cuentas propuestas (en caso de que las hubiera) definiendo los ejes de comunicación, el tono y estilo, y la agenda de contenidos.

9. Viralizar el contenido en las redes sociales. Para ello, ha de conocer las características propias de cada una de ellas, cuáles son los mejores momentos para publicar, etc.

10. Dar respuesta, interactuar y promover la conversación entre los usuarios con la finalidad de gestionar, analizar, monitorizar y optimizar la presencia on-line de Lanbide, cuidando el diálogo con la comunidad garantizando la atención a la ciudadanía a través de las diferentes RRSS, utilizando el tono marcado por el o la social media manager en el plan de social media.

11. Monitorización de comentarios con 24 horas de plazo máximo como respuesta (48 en caso de que sea fin de semana). Remitir a Lanbide todas las menciones a nuestros perfiles que las personas usuarias hagan en redes, así como todos los comentarios que se realicen en redes que hablen de Lanbide sin mencionar a los perfiles de Lanbide. Una vez remitido, será Lanbide quien decida si se responde a la persona usuaria y cuál será el mensaje a responder.

12. Siempre se deberá hablar en nombre de la empresa y utilizando el tono marcado por el *social media manager* en el *Social Media Plan*.

13. La empresa adjudicataria deberá disponer de al menos 150€ mensuales para realizar campañas de *paid*. Las campañas deberán segmentarse en función del público objetivo al que estén dirigidas. Será la empresa adjudicataria la que proponga cual o cuales son las mejores redes en las que realizar estas campañas en función del público objetivo al que vayan dirigidas. Estas campañas entrarán dentro del importe de la licitación.

14. Generar tráfico hacia la página web de Lanbide para potenciar la búsqueda activa de empleo, formación y orientación.

15. Buscar otros contenidos de valor del sector o ámbito de Lanbide que puedan ser de interés para los seguidores.

16. Seguimiento de la presencia de Lanbide en los medios de comunicación y/o RRSS y difusión de noticas que puedan ser interesantes para informar y/o reforzar la imagen positiva de Lanbide.

17. Interacción con otras entidades referentes en el sector empresarial y la educación para la creación de redes que sirvan como altavoz para la difusión de los mensajes de Lanbide y de esta forma ganar notoriedad.

18. Identificar líderes de opinión relacionados con el mundo laboral, el empleo y la formación.

19. Emisión de informes de evolución mensuales y anuales en base a KPIs establecidos y propuestas de mejora según los resultados.

20. En caso de incidencias de cualquier tipo con las plataformas, la empresa adjudicataria se encargará de la intermediación y las gestiones necesaria para resolver el problema.

3.1 Descripción detallada del trabajo

A continuación, se detallan las tareas a realizar con las frecuencias mínimas que se estiman necesarias:

-Diariamente:

- Asegurarse de que la publicación de contenidos en redes marcha según la planificación acordada con Lanbide.
- Monitorizar la actividad en redes sociales, atender a las menciones que hagan a los perfiles de Lanbide así como a cualquier comentario que hable sobre la organización.
- Remitir a Lanbide los comentarios sobre la organización y las menciones que hagan a nuestros perfiles.
- Proponer a Lanbide la interacción en redes con otros agentes de empleo y formación, de cada a ganar notoriedad.
- Buscar otros contenidos de valor del sector o ámbito que puedan ser de interés para los seguidores.
- Tener personal disponible durante todos los días laborables del año para recibir novedades de última hora que requieran publicación inmediata. Ej.: notas de prensa, anuncios de cierres de oficinas por motivos técnicos, caídas de los sistemas informáticos de Lanbide, difusión de ofertas de empleo, etc.

-Semanalmente

- Participar una reunión de seguimiento semanal que servirá para analizar las actuaciones en redes, planificar próximos contenidos o informar sobre novedades.
- Entregar un documento con la relación de todas las publicaciones programadas para la semana siguiente. En el documento deberá constar en la medida de lo posible:

    - La previsualización del contenido que se va a publicar.
    - El *copy* de la publicación.
    - La imagen.
    - El idioma de publicación.
    - La URL a la que se enlazará.
    - La hora de publicación.
    - La red de publicación.

-Mensualmente

- Realizar informes de evolución de los KPIs y valoración del funcionamiento y desarrollo de la estrategia junto con propuestas de mejora según los resultados. El informe será la memoria del trabajo realizado. El contenido mínimo del informe será el siguiente:

- Evolución de los principales KPI.
- Comparativa con otros agentes de empleo y formación de la Comunidad Autónoma de Euskadi y con otras administraciones públicas, locales, autonómicas o estatales, con competencias en empleo.
- Relación de publicaciones que mejor y peor han funcionado en base a los principales KPI.
- Tráfico web logrado a través de redes sociales.
- Monitorización de menciones y comentarios positivos y negativos.
- *Press-clipping* de Lanbide y del ámbito del empleo.

-Frecuencia de publicación

La frecuencia y cantidad de publicaciones podrá variar según el *Social Media Plan* presentado y lo acordado en la reunión entre la empresa adjudicataria y Lanbide.

Las frecuencias que se acuerden deberán ser ejecutadas sin excusa, en el caso de no ejecutarse o lo sean de forma parcial, se descontará de la facturación mensual, la labor no efectuada o efectuada de forma parcial.

Este servicio se ejecutará con calidad, rigor y eficacia y con absoluto cumplimiento de las disposiciones reglamentarias, normas y especificaciones en vigor, que, de forma directa o indirecta, regulan la misma.

A modo orientativo, durante los últimos dos años se ha seguido la siguiente estrategia:

- **Twitter:** 10 publicaciones semanales.
- **Facebook:** de 3 a 6 publicación semanales.
- **Instagram:** de 3 a 4 publicaciones semanales.
- **LinkedIn:** 5 publicaciones semanales.
- **Telegram:** 1 publicación semanal.
- **Youtube:** Repositorio de videotutoriales y demás videos promocionales de las actividades y programas de Lanbide.

Además, se deberán publicar los comunicados, notas de prensa, avisos, etc… que puedan producirse a lo largo de la jornada laboral.

4. IMAGEN CORPORATIVA

Todos los elementos gráficos y audiovisuales deberán respetar las normas de la imagen corporativa de Lanbide. Además, se deberán tener en cuenta las obligaciones de comunicación de los programas cofinanciados por los Fondos Next Generation-EU, el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia y el Fondo Social Europeo.

Lanbide facilitará a la empresa adjudicataria:

- Manual de identidad corporativa de Lanbide.
- Manual de identidad corporativa del Gobierno Vasco.
- Las diferentes versiones de los logotipos de Lanbide.
- Logotipos del Departamento de Trabajo y Empleo.
- Logotipos del Plan de Recuperación Tranformación y Resiliencia.

- Logotipos de los Fondos Next Generation – EU.
- Logotipos del Fondo Social Europeo.
- Cualquier otro elemento de identidad corporativa que sea necesario.

Cualquier elemento gráfico o audiovisual elaborado por la empresa adjudicataria deberá ser remitido al Servicio de Información y Atención de Lanbide, y recibir el visto bueno de éste, antes de su publicación.

5. LENGUAJE NO SEXISTA

La empresa adjudicataria garantizará un uso no sexista e inclusivo del lenguaje en todas las publicaciones que requiera la ejecución del contrato.

6. IDIOMAS OFICIALES

La empresa adjudicataria deberá seguir los criterios lingüísticos del Gobierno Vasco y garantizará la calidad de las publicaciones en euskera y castellano. Las publicaciones bilingües deberán ir en primer lugar en euskera y en segundo lugar en castellano. Cuando se opte por hacer publicaciones alternando idiomas, deberá garantizarse el mismo número de publicaciones en ambos idiomas.

Los materiales gráficos y audiovisuales deberán elaborarse con una versión en euskera y otra en castellano.

7. MEDIOS PERSONALES

La empresa adjudicataria dispondrá del personal necesario para la buena ejecución de los trabajos.

La empresa adjudicataria se compromete a tener debidamente dado de alta al personal en la Seguridad Social y cumplir las obligaciones legales y contractuales respecto del mismo.

Asimismo, deberá cumplir con toda la legislación vigente en materia de seguridad y salud y seguridad laboral.

Las personas que participen en la ejecución del contrato no tendrán dependencia ni orgánica ni funcional con la Administración.

Los gastos de dietas, telefonía móvil, Internet y vehículo y transporte en general correrán a cargo de la empresa adjudicataria.

8. REQUISITOS DE LA EMPRESA ADJUDICATARIA

- Capacidad de gestión y conocimientos de herramientas de Monitorización y análisis de redes sociales por parte de la empresa adjudicataria y el personal que trabaje en este proyecto.

- El equipo de trabajo de la empresa adjudicataria deberá estar compuesto por personal con amplio conocimiento en cada red social, y como mínimo, deberá contar con los siguientes perfiles:

  - **Social Media Manager:** perfil requerido para diseñar la estrategia de social media, definiendo los objetivos que Lanbide pretende lograr y monitorizando las acciones para comprobar si se están cumpliendo o no dichos objetivos. También es necesario este perfil para analizar otras empresas y entidades del sector y ver la situación dentro del mercado.

  - ***Community Manager*:** perfil requerido para construir, gestionar y administrar la relación con los usuarios de Lanbide mediante las plataformas de social media. bilingüe euskera y castellano)

  - **Especialista en creación de video:** perfil requerido para la creación de contenidos en video para RRSS y canal YouTube.

  - **Diseñador gráfico:** perfil requerido para la creación de contenido para RRSS coherente con la imagen de Lanbide.

9. INTERLOCUCIÓN CON LANBIDE

El adjudicatario nombrará a una persona responsable de los trabajos ante Lanbide que le representará para todas las notificaciones, requerimientos, etc. que sea preciso realizar. La propuesta de designación de representante del adjudicatario deberá realizarse en un plazo máximo de 15 días a contar desde la adjudicación del contrato. A petición de Lanbide, y durante toda la duración del contrato, podrá ser modificada la persona representante del adjudicatario.

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

10. PENALIDADES

La no ejecución de los trabajos de obligado cumplimiento detalladas en el presente pliego dará lugar a deducciones de los mismos en la certificación mensual, sin perjuicio de las medidas que adopte Lanbide en cuanto a la resolución del contrato o a la imposición de penalidades según establece la Ley 9/2017, de 8 de noviembre de contratos del Sector Público.

11. CONFIDENCIALIDAD, PROTECCIÓN DE DATOS DE CARÁCTER PERSONAL Y PROPIEDAD INTELECTUAL

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

Todos los documentos y resultados del trabajo objeto del presente contrato serán propiedad de Lanbide.

La Dirección de General de Lanbide designará un equipo coordinador del proyecto que realizará el seguimiento completo de los trabajos contratados y de la calidad de los resultados obtenidos y su representante será el responsable del Servicio de Información y Atención, que actuará como interlocutor con la empresa adjudicataria.

12. SUPERVISIÓN Y SEGUIMIENTO

Las prestaciones objeto del presente contrato se realizarán, en todo caso, según las directrices de la Dirección General de Lanbide, que supervisará los trabajos y ejercerá el control necesario.

Asimismo, se realizará el seguimiento del cumplimiento de las condiciones especiales de ejecución que se establecen en la carátula del pliego de cláusulas administrativas, que se llevará a cabo por el personal competente según la materia.

Concretamente, y en lo que se refiere al cumplimiento de las condiciones en materia de igualdad de mujeres y hombres, será la Unidad para la Igualdad de Género de Lanbide, quién realizará esta supervisión, pudiendo para ello solicitar cuanta información y/o documentación considere oportuna según indicaciones reflejadas en el apartado correspondiente del pliego de cláusulas administrativas particulares.

13. DOCUMENTACIÓN A PRESENTAR

La empresa licitadora tendrá que presentar los siguientes documentos:

- La propuesta técnica que contendrá los aspectos de la oferta relacionados con las condiciones técnicas del contrato y relativa a los criterios sujetos a juicio de valor. En todo caso, la propuesta deberá incluir:

  - **Social Media Plan:** La empresa licitadora deberá presentar una memoria explicativa del proyecto a modo de resumen del Social Media Plan que contenga, como mínimo, los siguientes apartados:

    - Análisis de la situación de Lanbide
    - Evaluación de los canales a dinamizar
    - Planteamiento de los objetivos específicos y cuantificables en cada una de las cuentas según las necesidades detectadas.
    - Propuesta de la dinamización de cada uno de los canales identificados anteriormente.
    - Estrategia de segmentación de públicos
    - Análisis y situación de otras empresas y entidades del sector
    - Indicadores KPI necesarios para el seguimiento de la estrategia

- Definición de las herramientas de análisis que se utilizan para la medición de la actividad

- **Diseño gráfico y audiovisual:** Realización de caso práctico: Lanbide está en un momento de transformación interna, pero también externa. A finales del año 2022 se presentó la nueva imagen. El 2023 es un año de adaptación y difusión de la nueva marca Lanbide.
  Se está rediseñando la web de Lanbide. Se prevé tener un nuevo diseño en 2023. Este cambio se debe comunicar mediante las RRSS. La empresa licitadora deberá presentar, como mínimo, las siguientes piezas:

  - Diseño de un contenido por cada Red Social (diseño de imagen + post)
  - Diseño de una infografía
  - Un video para RRSS (duración inferior a un minuto)
  - Video tutorial para YouTube (duración entre 1 y 3 minutos), para explicar a los usuarios como pueden seguir accediendo al contenido más importante de la web.

- Oferta económica.
- Solvencia técnica de la empresa con experiencia similar en instituciones o empresas.
- Declaración responsable mediante la cual el licitador hace constar que cumple con las condiciones exigidas para contratar y de que dispone de la documentación que lo acredita, comprometiéndose a aportarla en el momento en el que el órgano contratante se lo exija.