

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS QUE HABRÁ DE REGIR LA LICITACIÓN, MEDIANTE PROCEDIMIENTO ABIERTO, PARA LA CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE COMMUNITY MANAGEMENT Y DE DESARROLLO DE UN SOCIAL MEDIA PLAN PARA LA FUNDACIÓN FICOB

1. OBJETO DEL CONTRATO

El objeto del contrato lo constituye la prestación de servicios de **COMMUNITY MANAGEMENT** (en adelante, **CM**) de las redes sociales Twitter, Facebook, LinkedIn e Instagram de FUNDACIÓN FICOB y de sus principales eventos, así como el desarrollo de un **SOCIAL MEDIA PLAN** (en adelante, **SMP**) según los siguientes objetivos:

- Fidelizar la comunidad virtual de FUNDACIÓN FICOB y las de sus distintos eventos (descritos en el Anexo I), aumentar el número de usuarios y captar nuevas audiencias. El detalle de los eventos de Ficoba y su calendario se pueden consultar en la página web: www.ficoba.org
- Generar interacción y *engagement* con las comunidades.
- Fortalecer la reputación online de FUNDACIÓN FICOB y de sus “eventos”
- Dinamizar el entorno online de FUNDACIÓN FICOB y de sus “eventos”, generar tráfico hacia los sitios web y la interacción de los usuarios y usuarias.
- Fomentar la asistencia a los eventos de FUNDACIÓN FICOB.

Los Códigos CPV del contrato son los siguientes:

- 79342000-3 *Servicios de marketing*

2. DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS

Los servicios que comprenderá el contrato son, en carácter general, los siguientes:

2.1 Social Media Plan

- ✓ La empresa contratista deberá entregar, en un plazo no superior a dos meses desde la formalización del contrato, el documento SMP completo que deberá incluir los elementos anteriormente mencionados.
- ✓ La empresa contratista hará un seguimiento y actualización continua del SMP.

2.2 Elaboración y publicación de contenidos gráficos y escritos

- ✓ Creación de un plan editorial estableciendo para cada una de las redes sociales una planificación de publicaciones (días, número, hora).
- ✓ Esta planificación podrá ser ajustada según las circunstancias, necesidades y conclusiones analíticas para lograr su máxima difusión, proponiendo FUNDACIÓN FICOBBA los cambios que estime necesarios para tal fin.
- ✓ Promoción a través de concursos y acciones promocionales que respondan a los criterios de interacción y *engagement*.
- ✓ Los contenidos se adaptarán a la imagen corporativa y/o de cada producto y a las consideraciones en materia lingüística -euskera, español, francés o inglés- con total corrección gramatical y ortográfica, y a la materia de igualdad.
- ✓ Se establecerá un protocolo de trabajo con FUNDACIÓN FICOBBA, que validará todos los contenidos con el fin de asegurar su idoneidad.
- ✓ Se gestionará conjuntamente entre el contratista y FUNDACIÓN FICOBBA la actuación ante posibles crisis de reputación.
- ✓ FUNDACIÓN FICOBBA proporcionará buena parte de las imágenes de eventos, siendo tarea del CM la propuesta de *copys* y recursos gráficos específicos (adaptación de imágenes, video, gifs animados, etc.)
- ✓ La empresa contratista deberá asistir a eventos presencialmente cuando así lo requiera FUNDACIÓN FICOBBA y realizar las funciones asignadas de CM, incluidos los fines de semana.
- ✓ La gestión de los perfiles sociales de FUNDACIÓN FICOBBA requerirá de trabajo *in situ* del CM para la toma de imágenes y videos durante los eventos. Para este trabajo *in situ* el CM deberá aportar sus propios dispositivos, así como dominar su manejo y tener conocimientos probados sobre edición de materiales gráficos.
- ✓ La empresa contratista deberá prestar servicio las 24hs del día los 365 días del año con total disponibilidad para atender las interacciones que sean necesarias.
- ✓ El CM deberá coordinarse con la empresa de medios que se ocupe de la contratación de las campañas de publicidad.

2.2 Monitorización

- ✓ El CM realizará la gestión directa de la comunidad, atendiendo sus comentarios, preguntas y quejas y consensuando las respuestas con FUNDACIÓN FICOBBA.
- ✓ Esta escucha supondrá la monitorización continua de la recepción de las publicaciones de FUNDACIÓN FICOBBA, así como del modo en que actúan otras cuentas de Recintos feriales, Palacios de Congresos y eventos y ferias similares, detectando tendencias, menciones, hashtags y eventos especiales relacionados con

la temática de los productos comercializados por FUNDACIÓN FICOBBA y en su caso, interactuando con otras cuentas de influencia en el sector correspondiente.

2.2 Analítica digital

- ✓ A través del uso de herramientas de métrica y analítica digital se elaborarán los correspondientes informes de seguimiento de la actividad de FUNDACIÓN FICOBBA y sus productos en redes, estableciendo la evolución y el alcance de las publicaciones de FUNDACIÓN FICOBBA para su posterior análisis y, en su caso, reorientación para la consecución de objetivos.
- ✓ La periodicidad de estos elementos será consensuada con FUNDACIÓN FICOBBA según las necesidades de cada evento.

3. EQUIPO HUMANO

Para la realización del trabajo y la consecución de los objetivos descritos, el equipo de la empresa contratista deberá ser capaz de garantizar el servicio correctamente, de conformidad a lo establecido en el preste Pliego, en el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares y en su Carátula.

La empresa contratista deberá nombrar una persona responsable que será la única interlocutora válida para todos los asuntos relativos al contrato y una suplente para cuando la primera esté ausente.

Esta persona responsable, deberá, cubrir las necesidades contratadas cualquier día del año, puntualmente incluyendo días de fiesta y fines de semana, y deberá poderse contactar con ella de forma permanente.

4. IGUALDAD

La empresa contratista, a lo largo de la vigencia del contrato, deberá hacer un uso no sexista del lenguaje en cualquier documento definitivo escrito o digital, así como desagregar los datos por sexo en cualquier estadística referida a personas que se genere. Todo ello al amparo de la Ley 4/2005, de 18 de febrero, para la Igualdad de Mujeres y Hombres y toda normativa posterior de modificación y/o desarrollo que adapte la legislación de la CAPV a los cambios normativos.

5. IDIOMAS

La empresa contratista garantizará la calidad de las publicaciones en las dos lenguas oficiales de la CAV, español y euskera, así como en francés y, ocasionalmente, en inglés, cuando así se lo requiera FUNDACIÓN FICOBBA.

ANEXO I

FICOBA FUNDAZIOA

Facebook: @FICOBAFUNDAZIOA
Instagram: @Ficobafundazioa
Twitter: @FicobaFundazioa
LinkedIn: FICOBA – Recinto Ferial de Gipuzkoa
YouTube: FICOBA

BIOTERRA

Facebook: @bioterraexpo
Instagram: @bioterra.ficoba

BE VEGGIE

Facebook: @beveggie
Instagram: @beveggie.ficoba

GO MOBILITY

Twitter: @gomobilityexpo
LinkedIn: GO MOBILITY by MUBIL

ABABOR

Facebook: @ababorferianautica
Instagram: @ababorferianautica