PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS QUE HABRÁ DE REGIR LA LICITACIÓN, MEDIANTE PROCEDIMIENTO ABIERTO, PARA LA CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE SOPORTE EN COMUNICACIÓN Y GESTIÓN DE REDES SOCIALES VINCULADOS A LA ESTRATEGIA DE INNOVACIÓN Y TALENTO, A LA FILM COMMISION, MERCADO DE NAVIDAD Y OTROS EVENTOS NO RELACIONADOS CON EL PRODUCTO LOCAL DE FOMENTO EN 2022, Y EN SU CASO, 2023

1. CONDICIONES BÁSICAS DEL SERVICIO

El objeto del contrato lo constituye la prestación de servicios de soporte en comunicación y gestión de redes sociales vinculados a la estrategia de innovación y talento, Film Commission, Mercado de Navidad y otros eventos no relacionados con el Producto Local de Fomento en 2022 y en su caso, 2023.

Fomento de San Sebastián, con el objetivo de llevar a cabo todas las actuaciones de acuerdo a su estrategia, organiza diferentes actividades y eventos a lo largo del año en los que participan, de una manera u otra, empresas de los diferentes ámbitos de la ciudad, personas emprendedoras, talento, jóvenes, ciudadanía, comercios, hostelería, centros de investigación y tecnológicos, productoras, etc.. como podrían ser, las Ferias de Talento, la WeekINN Semana de la Innovación, El Premio San Sebastián Film Commission y El Mercado de Navidad, además de otros eventos, de igual importancia.

De forma meramente orientativa, los eventos y actividades que previsiblemente se organizarán este 2022, son los siguientes:

- 1 Feria de Talento: 22 de junio de 2022
- 1 WeekINN, Semana de la Innovación: octubre 2022 (una semana entera)
- 1 Feria de Talento: noviembre 2022 (1 día)
- 1 Premio San Sebastián Film Commision: Septiembre 2022
- 1 Mercado de Navidad: Noviembre 2022 – enero 2023
- Eventos/actividades varias de menor volumen a lo largo del año 2022

Estos eventos y actividades que se realizarán a lo largo del año, podrán ser focalizados hacia un público concreto o no y podrán estar liderados y organizados por Fomento en su totalidad, o en colaboración con otras entidades.

La organización de este tipo de eventos, así como la participación en los organizados por otras entidades, requiere de la realización de servicios varios, como son los servicios de soporte en comunicación y gestión de redes sociales.

Así pues, las actuaciones concretas que la empresa adjudicataria deberá realizar en la prestación del objeto del contrato, así como las especificaciones para su realización, son las siguientes:

ARTICULACIÓN DEL SERVICIO

Lanzamiento, seguimiento y cierre del Servicio

Una vez adjudicado el servicio y firmado el contrato, la empresa adjudicataria y Fomento realizarán una **Reunión de Inicio de Servicio** donde Fomento le informará a la empresa adjudicataria, de la previsión de eventos a realizar, así como los materiales y servicios concretos a realizar por cada uno de ellos. En esta **Reunión de Inicio de Servicio,** la empresa adjudicataria trasladará a Fomento, el nombre de las personas que prestarán el servicio y sus datos de contacto.

Se hace una estimación que como máximos se realizarán 29 eventos a lo largo del año 2022, y en su caso, otro máximo de 29 eventos para el 2023, de cara a la previsión aproximada del número solicitudes que de todo el material se realizará por parte de Fomento a la empresa adjudicataria, de acuerdo a los eventos ya mencionados.

Fomento se reserva el derecho de la realización de la totalidad de los eventos o de ningún evento, no teniendo obligación en el pago de indemnización alguna en el caso de no realizarse la totalidad de los eventos, parte de los mismos o ninguno.

En casos excepcionales, como la Semana de la Innovación, se podrán realizar eventos de forma paralela y en distintos lugares a la vez.

Los plazos para informar a la empresa adjudicataria dependerá de la magnitud del evento y la importancia a nivel comunicativo que decida Fomento y se llevará a cabo en la **Reunión de Puesta en Marcha de un Evento.** Así pues, para los eventos ordinarios o de media jornada, se informará con 10 días naturales como mínimo de antelación, de la organización o participación en un evento, las fechas exactas del mismo, así como el servicio concreto que se necesite para cada evento.

En el caso de eventos de mayor envergadura, como son los eventos de jornada completa (ej. Feria de Talento, First Lego League) o la Semana de la Innovación - WeekINN, se informará a la empresa adjudicataria con 20 días de antelación al mismo.

Dada la cercanía del primer evento, la Feria de Talento del 22 de junio de 2022, se informará a la empresa adjudicataria de esta cuestión, al día siguiente de la firma del contrato, independientemente de los días que falten para la fecha de este evento. Todo ello se planteará en la **Reunión de Puesta en Marcha de un Evento.**

En esta reunión, además:

- Se concretarán las fechas exactas para los hitos de comunicación, las entregas de los materiales necesarios de acuerdo al evento del que se trate, así como se resolverá cualquier duda que pudiera surgir en relación con la prestación del servicio.
- Se concretarán las cantidades que de cada elemento o servicio se requiera de acuerdo al evento que proceda, de acuerdo a las necesidades concretas y se entregará toda la información para la correcta ejecución de los servicios objeto de esta contratación.

Durante el período previo a los eventos, se podrá requerir a la empresa adjudicataria con suficiente tiempo, la asistencia a cualquier reunión que se entendiera necesaria para la correcta consecución del objeto del contrato.

Una vez finalizadas todas las actuaciones objeto de este contrato, se mantendrá una reunión de cierre en la que ambas partes realizarán una evaluación del servicio prestado en todos los eventos requeridos, y se establecerán propuestas de mejoras para futuros servicios relacionados.

Plazos para la realización del Servicio de Soporte de comunicación en redes

En la prestación del servicio, la empresa adjudicataria deberá de tener en cuenta que deberá de realizar el servicio solicitado, en el evento concreto para el que se le contrate. Además, deberá realizar todos los materiales necesarios para dicha comunicación conforme a las fechas establecidas para la comunicación de dicho evento.

Fomento, de acuerdo al evento del que se trate, en la **Reunión de Puesta en Marcha de un Evento** solicitará **el Informe de Asistencia Técnica en Redes** para el evento concreto del que se trate, que deberá de ser entregado para su contraste con Fomento en un plazo inferior a 2 días hábiles. En este informe, incluida como parte de los trabajos de Gestión de Redes a definir más adelante, la empresa adjudicataria, como conocedora de los públicos objetivos y con la información aportada por Fomento, contrastará con Fomento la información a elaborar, trasladar, así como los medios a utilizar concreto y frecuencias exactas de cara a llegar en cada Evento al público objetivo y conseguir los objetivos buscados.

Así pues, dentro de esta Asistencia Técnica en Redes, la empresa adjudicataria deberá determinar qué campaña es la idónea y marcar modalidad de promoción, así como elaborar contenidos, determinar la duración y público objetivo de la campaña y sugerir una inversión adecuada.

De igual manera, la empresa adjudicataria deberá entregar un informe de resultados en redes a los 7 días después de cada evento.

El servicio podrá ser solicitado para cualquiera de los eventos que Fomento pueda organizar o en los que pueda participar, siendo éstos en el término municipal de Donostia – San Sebastián.

CONDICIONES TÉCNICAS DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO

Fomento de San Sebastián, se encuentra representado en varias redes sociales, Twitter, Facebook, LinkedIn e instagram, que podrán variar en el tiempo, en las que la empresa adjudicataria deberá realizar el servicio, de acuerdo a lo acordado en el **Informe de Asistencia Técnica en redes.**

Los servicios que en concreto, por cada tipología de evento, deberá de realizar la empresa adjudicataria, son los siguientes:

A) Gestión de Redes en Jornadas/eventos Ordinarios.

Se entienden por jornadas / eventos ordinarios los eventos o jornadas que tengan una duración de hasta 3 horas.

En estos casos, será necesario cubrir el evento presencialmente a lo largo de la totalidad del mismo.

En la realización del servicio de Gestión de Redes en Jornadas / Eventos Ordinarios, la empresa adjudicataria deberá publicar contenido en Twitter, Facebook, LinkedIn e Instagram, o en las redes acordadas tras la Asistencia Técnica, desde los 7 días previos a los eventos para incentivar la participación y para ir dando difusión a los contenidos y objetivos del propio evento. Para ello, deberán preparar mensajes bilingües, recursos gráficos y diseños que incluyan la información necesaria para estos días previos.

Es imprescindible que las comunicaciones, tanto durante los días previos como durante el propio evento, ofrezcan contenidos en euskera y castellano (y puntualmente en inglés, incluido dentro de la prestación del servicio), para mantener una presencia equiparable de ambos idiomas. Para ello, es válida tanto la publicación simultánea en ambos idiomas como el uso de publicaciones alternas entre un idioma y otro, pero todas ellas deberán garantizar el mismo nivel de calidad lingüística.

En la realización de la Gestión de Redes en Jornadas / Eventos Ordinarios, la empresa adjudicataria deberá, además de lo anterior, realizar los diseños con la programación de la cita, o de cada jornada, así como otros recursos gráficos para su publicación en redes. Dichos diseños deberán guardar el diseño corporativo y utilización de logotipos que se determinen por parte de Fomento de San Sebastián, además de facilitar la comprensión de la información que contengan. Los propios diseños estarán optimizados, en cuanto a tamaño, peso y distribución de la información, para su publicación en redes sociales y deberán de ser contrastados con Fomento antes de su puesta en marcha.

En cuanto a la intensidad y periodicidad de las publicaciones de en la Gestión de Redes en Jornadas / Eventos Ordinarios la empresa adjudicataria deberá de realizar 3-5 publicaciones semanales en cada red, con mayor intensidad en Twitter y en stories de Instagram, en los 7 días previos a cada evento, debiendo de ser estos como mínimo con 2 diseños diferentes. Durante el evento, serán necesarios una media de 4-6 tuits por hora, 6-10 stories en Instagram, y dos posts en Facebook e Instagram.

De acuerdo a esto, para la Gestión de Redes en Jornadas / Eventos Ordinarios, durante los eventos, la empresa adjudicataria deberá realizar la grabación y edición de los vídeos para publicar en redes sociales, tanto en formato vertical como horizontal, con extractos interesantes del contenido del evento, como, por ejemplo, serían las intervenciones de los diferentes ponentes. Eventualmente, estos vídeos podrían incluir entrevistas a algunos de los ponentes para extraer algunas claves y publicar videos breves en redes sociales.

La empresa adjudicataria deberá también obtener fotografías y retocarlas digitalmente durante los eventos para optimizar su publicación en redes sociales. Las fotografías deberán apoyar el resto de la estrategia comunicativa en cuanto a la inclusión de elementos

corporativos y deberán aportar valor informativo a las publicaciones en redes sociales, de acuerdo a lo indicado por Fomento.

Además, la empresa adjudicataria deberá asumir la gestión de la interacción en redes sociales, durante cada evento, así como en los 7 días previos y 5 posteriores. En concreto, la empresa adjudicataria deberá agradecer comentarios, responder dudas e interactuar con los seguidores, además de gestionar los mensajes privados que puedan llegar, siempre con la aprobación y orientación de los responsables de Fomento de San Sebastián.

B) Gestión de Redes en Eventos de media jornada.

Se entienden por eventos de media jornada los eventos desde 3 horas y hasta un máximo de 4 horas de duración. Será necesario cubrir el evento presencialmente.

En estos casos, será necesario cubrir el evento presencialmente a lo largo de la totalidad del mismo.

En la realización del servicio de **Gestión de Redes en Eventos de media jornada**, la empresa adjudicataria deberá publicar contenido en Twitter, Facebook, LinkedIn e Instagram, o en las redes acordadas tras la Asistencia Técnica, desde los 7 días previos a los eventos para incentivar la participación y para ir dando difusión a los contenidos y objetivos del propio evento. Para ello, deberán preparar mensajes bilingües, recursos gráficos y diseños que incluyan la información necesaria para estos días previos.

Es imprescindible que las comunicaciones, tanto durante los días previos como durante el propio evento, ofrezcan contenidos en euskera y castellano (y puntualmente en inglés, incluido dentro de la prestación del servicio), para mantener una presencia equiparable de ambos idiomas. Para ello, es válida tanto la publicación simultánea en ambos idiomas como el uso de publicaciones alternas entre un idioma y otro, pero todas ellas deberán garantizar el mismo nivel de calidad lingüística.

En la realización de la **Gestión de Redes en Eventos de media jornada,** la empresa adjudicataria deberá, además de lo anterior, realizar los diseños con la programación de la cita, o de cada jornada, así como otros recursos gráficos para su publicación en redes. Dichos diseños deberán guardar el diseño corporativo y utilización de logotipos que se determinen por parte de Fomento de San Sebastián, además de facilitar la comprensión de la información que contengan. Los propios diseños estarán optimizados, en cuanto a tamaño, peso y distribución de la información, para su publicación en redes sociales y deberán de ser contrastados con Fomento antes de su puesta en marcha.

En cuanto a la intensidad y periodicidad de las publicaciones de en la **Gestión de Redes en Eventos de media jornada,** la empresa adjudicataria deberá de realizar 3-5 publicaciones semanales en cada red, con mayor intensidad en Twitter y en stories de Instagram, en los 7 días previos a cada evento, debiendo de ser estos como mínimo con 2 diseños diferentes.

Durante el evento, serán necesarios una media de 4-6 tuits por hora, 6-10 stories en Instagram, y dos posts en Facebook e Instagram.

De acuerdo a esto, para la **Gestión de Redes en Eventos de media jornada**, durante los eventos, la empresa adjudicataria deberá realizar la grabación y edición de los vídeos para publicar en redes sociales, tanto en formato vertical como horizontal, con extractos interesantes del contenido del evento, como, por ejemplo, serían las intervenciones de los diferentes ponentes. Eventualmente, estos vídeos podrían incluir entrevistas a algunos de los ponentes para extraer algunas claves y publicar videos breves en redes sociales.

La empresa adjudicataria deberá también obtener fotografías y retocarlas digitalmente durante los eventos para optimizar su publicación en redes sociales. Las fotografías deberán apoyar el resto de la estrategia comunicativa en cuanto a la inclusión de elementos corporativos y deberán aportar valor informativo a las publicaciones en redes sociales, de acuerdo a lo indicado por Fomento.

Además, la empresa adjudicataria deberá asumir la gestión de la interacción en redes sociales, durante cada evento, así como en los 7 días previos y 5 posteriores. En concreto, la empresa adjudicataria deberá agradecer comentarios, responder dudas e interactuar con los seguidores, además de gestionar los mensajes privados que puedan llegar, siempre con la aprobación y orientación de los responsables de Fomento de San Sebastián.

C) Gestión de Redes en Eventos de jornada completa.

Se entienden por eventos de jornada completa los eventos que, teniendo lugar durante un mismo día, cuya duración sea superior a las 4 horas. Será necesario cubrir el evento presencialmente.

En estos casos, será necesario cubrir el evento presencialmente a lo largo de la totalidad del mismo.

En la realización del servicio de **Gestión de Redes en Eventos de jornada completa**, la empresa adjudicataria deberá publicar contenido en Twitter, Facebook, LinkedIn e Instagram, o en las redes acordadas tras la Asistencia Técnica, desde los 14 días previos a los eventos para incentivar la participación y para ir dando difusión a los contenidos y objetivos del propio evento. Para ello, deberán preparar mensajes bilingües, recursos gráficos y diseños que incluyan la información necesaria para estos días previos.

Es imprescindible que las comunicaciones, tanto durante los días previos como durante el propio evento, ofrezcan contenidos en euskera y castellano (y puntualmente en inglés, incluido dentro de la prestación del servicio), para mantener una presencia equiparable de ambos idiomas. Para ello, es válida tanto la publicación simultánea en ambos idiomas como el uso de publicaciones alternas entre un idioma y otro, pero todas ellas deberán garantizar el mismo nivel de calidad lingüística.

En la realización de la **Gestión de Redes en Eventos de jornada completa**, la empresa adjudicataria deberá, además de lo anterior, realizar los diseños con la programación de la cita, o de cada jornada, así como otros recursos gráficos para su publicación en redes. Dichos diseños deberán guardar el diseño corporativo y utilización de logotipos que se determinen por parte de Fomento de San Sebastián, además de facilitar la comprensión de la información que contengan. Los propios diseños estarán optimizados, en cuanto a tamaño, peso y distribución de la información, para su publicación en redes sociales y deberán de ser contrastados con Fomento antes de su puesta en marcha.

En cuanto a la intensidad y periodicidad de las publicaciones de en la **estión de Redes en Eventos de jornada completa** la empresa adjudicataria deberá de realizar 3-5 publicaciones semanales en cada red, con mayor intensidad en Twitter y en stories de Instagram, en los 14 días previos a cada evento, debiendo de ser estos como mínimo con 2 diseños diferentes. Durante el evento, serán necesarios una media de 4-6 tuits por hora, 6-10 stories en Instagram, y dos posts en Facebook e Instagram.

De acuerdo a esto, para la **Gestión de Redes en Eventos de jornada completa**, durante los eventos, la empresa adjudicataria deberá realizar la grabación y edición de los vídeos para publicar en redes sociales, tanto en formato vertical como horizontal, con extractos interesantes del contenido del evento, como, por ejemplo, serían las intervenciones de los diferentes ponentes. Eventualmente, estos vídeos podrían incluir entrevistas a algunos de los ponentes para extraer algunas claves y publicar videos breves en redes sociales.

La empresa adjudicataria deberá también obtener fotografías y retocarlas digitalmente durante los eventos para optimizar su publicación en redes sociales. Las fotografías deberán apoyar el resto de la estrategia comunicativa en cuanto a la inclusión de elementos corporativos y deberán aportar valor informativo a las publicaciones en redes sociales, de acuerdo a lo indicado por Fomento.

Además, la empresa adjudicataria deberá asumir la gestión de la interacción en redes sociales, durante cada evento, así como en los 14 días previos y 5 posteriores. En concreto, la empresa adjudicataria deberá agradecer comentarios, responder dudas e interactuar con los seguidores, además de gestionar los mensajes privados que puedan llegar, siempre con la aprobación y orientación de los responsables de Fomento de San Sebastián.

D) Gestión de Redes en la Semana de la Innovación (WeekINN)

La Semana de la Innovación (WeekINN) supone una semana completa de trabajo, pudiendo incluir el fin de semana, con una media de 7 eventos diarios que se desarrollarán en diferentes ubicaciones de Donostia / San Sebastián y en horario desde las 9:00 horas hasta las 22:00 horas.

De acuerdo a esto, se requiere que la empresa adjudicataria cubra presencialmente, al menos, 20 eventos durante la semana realizando la Gestión de las Redes, además, a otros 20 eventos, sin necesidad de estar presentes. Así pues, la disponibilidad en dicha semana

deberá de ser a lo largo de los 7 días de la misma, incluyendo fines de semana, en un horario de 900 a 22:00, pero la dedicación no será ésta, sino la que se pacte para cubrir los servicios anteriormente indicados.

En la realización del servicio de **Gestión de Redes en la Semana de la Innovación (WeekINN)** la empresa adjudicataria deberá publicar contenido en Twitter, Facebook, LinkedIn e Instagram, o en las redes acordadas tras la Asistencia Técnica, desde los 14 días previos a la Semana de la Innovación, para incentivar la participación y para ir dando difusión a los contenidos y objetivos del propio evento. Para ello, deberán preparar mensajes bilingües, recursos gráficos y diseños que incluyan la información necesaria para estos días previos.

Es imprescindible que las comunicaciones, tanto durante los días previos como durante el propio evento, ofrezcan contenidos en euskera y castellano (y puntualmente en inglés, incluido dentro de la prestación del servicio), para mantener una presencia equiparable de ambos idiomas. Para ello, es válida tanto la publicación simultánea en ambos idiomas como el uso de publicaciones alternas entre un idioma y otro, pero todas ellas deberán garantizar el mismo nivel de calidad lingüística.

En la realización de la **Gestión de Redes en la Semana de la Innovación (WeekINN)**, la empresa adjudicataria deberá, además de lo anterior, realizar los diseños con la programación de la cita, o de cada jornada, así como otros recursos gráficos para su publicación en redes. Dichos diseños deberán guardar el diseño corporativo y utilización de logotipos que se determinen por parte de Fomento de San Sebastián, además de facilitar la comprensión de la información que contengan. Los propios diseños estarán optimizados, en cuanto a tamaño, peso y distribución de la información, para su publicación en redes sociales y deberán de ser contrastados con Fomento antes de su puesta en marcha.

En cuanto a la intensidad y periodicidad de las publicaciones de en la **Gestión de Redes en la Semana de la Innovación (WeekINN)** la empresa adjudicataria deberá de realizar 3-5 publicaciones semanales, con mayor intensidad en Twitter y en stories de Instagram, en los 7 días previos a cada evento, debiendo de ser estos como mínimo con 2 diseños diferentes. Durante La Semana de la Innovación (WeekINN), serán necesarios por cada evento que deban de cubrir, un máximo de 40, una media de 4-6 tuits por hora, 6-10 stories en Instagram, y dos posts en Facebook e Instagram.

De acuerdo a esto, para la **Gestión de Redes en la Semana de la Innovación (WeekINN)**, durante la Semana de la Innovación y en concreto, durante cada evento cubierto, la empresa adjudicataria deberá realizar la grabación y edición de los vídeos para publicar en redes sociales, tanto en formato vertical como horizontal, con extractos interesantes del contenido del evento, como, por ejemplo, serían las intervenciones de los diferentes ponentes. Eventualmente, estos vídeos podrían incluir entrevistas a algunos de los ponentes para extraer algunas claves y publicar videos breves en redes sociales.

La empresa adjudicataria deberá también obtener fotografías y retocarlas digitalmente durante los eventos que cubra, como máximo, 40 como se ha comentado anteriormente, para optimizar su publicación en redes sociales. Las fotografías deberán apoyar el resto de la estrategia comunicativa en cuanto a la inclusión de elementos corporativos y deberán aportar valor informativo a las publicaciones en redes sociales, de acuerdo a lo indicado por Fomento.

Además, la empresa adjudicataria deberá asumir la gestión de la interacción en redes sociales, durante cada evento, así como en los 14 días previos y 5 posteriores. En concreto, la empresa adjudicataria deberá agradecer comentarios, responder dudas e interactuar con los seguidores, además de gestionar los mensajes privados que puedan llegar, siempre con la aprobación y orientación de los responsables de Fomento de San Sebastián.

E) Gestión de Redes en el Mercado de Navidad

La previsión de inauguración del Mercado de Navidad y las luces de navidad de San Sebastián está prevista entre el 25 de noviembre y 2 de diciembre de 2022.

En la prestación de este servicio y dado el evento del que se trata, la empresa adjudicataria deberá de realizar una **Gestión de Redes General del Mercado de Navidad** por un lado y por otro, deberá de realizar una **Gestión de Redes de actividades en el Mercado de Navidad** que dentro de éste se realicen.

En relación con la **Gestión de Redes General en el Mercado de Navidad**, la empresa adjudicataria deberá publicar contenido en Twitter, Facebook, LinkedIn e Instagram, o en las redes acordadas tras la Asistencia Técnica, desde los 14 días previos al comienzo del Mercado de Navidad para incentivar la participación y para ir dando difusión a los contenidos y objetivos del propio evento. Para ello, deberán preparar mensajes bilingües, recursos gráficos y diseños que incluyan la información necesaria para estos días previos.

En la realización de la **Gestión de Redes General en el Mercado de Navidad**, la empresa adjudicataria deberá, además de lo anterior, realizar los diseños con la programación del Mercado de Navidad, así como otros recursos gráficos para su publicación en redes. Dichos diseños deberán guardar el diseño corporativo y utilización de logotipos que se determinen por parte de Fomento de San Sebastián, además de facilitar la comprensión de la información que contengan. Los propios diseños estarán optimizados, en cuanto a tamaño, peso y distribución de la información, para su publicación en redes sociales y deberán de ser contrastados con Fomento antes de su puesta en marcha.

En cuanto a la intensidad y periodicidad de las publicaciones de en la **Gestión de Redes General en el Mercado de Navidad**, se requiere que la empresa adjudicataria publique contenido relacionado durante 4 días a la semana, tanto en el periodo previo como durante la duración del Mercado de Navidad. En las comunicaciones previas relacionadas con la Gestión de Redes General en el Mercado de Navidad, la empresa adjudicataria deberá de realizar 3-5 publicaciones semanales en cada red, con mayor intensidad en Twitter y en

stories de Instagram, debiendo de ser estos como mínimo con 2 diseños diferentes. Durante el Mercado de Navidad y con una periodicidad como se ha indicado de 4 días a la semana, serán necesarios una media de 4-6 tuits al día, 6-10 stories en Instagram, y dos posts en Facebook e Instagram, también al día.

De acuerdo a esto, para la **Gestión de Redes General en el Mercado de Navidad**, la empresa adjudicataria deberá realizar la grabación y edición de los vídeos para publicar en redes sociales, tanto en formato vertical como horizontal, con extractos interesantes del Mercado de Navidad, que podrán ser grabados aprovechando visitas para la Gestión de Redes de Actividades en el Mercado de Navidad u otras visitas, para su posterior publicación.

La empresa adjudicataria deberá también obtener fotografías y retocarlas digitalmente durante el Mercado de Navidad para optimizar su publicación en redes sociales. Las fotografías deberán apoyar el resto de la estrategia comunicativa en cuanto a la inclusión de elementos corporativos y deberán aportar valor informativo a las publicaciones en redes sociales, de acuerdo a lo indicado por Fomento

Por otro lado, la empresa adjudicataria deberá de realizar la **Gestión de Redes de actividades en el Mercado de Navidad** que de forma concreta se realizarán a lo lardo de la duración del mismo. Las actividades concretas que se realizarán, así como las fechas previsibles para el 2022 y sobre las que se deberá realizar la Gestión de Redes, son las siguientes:

1. Inauguración: 25 de noviembre y 2 de diciembre de 2022. Duración aproximada de la actividad 1 hora
2. Estreno del espectáculo de luces (mapping): 26 de noviembre de 2022 previsiblemente. Duración aproximada de la actividad 3 horas
3. Cierre: 06 de enero de 2023. Duración aproximada de la actividad 1 hora
4. Día especial: Sto Tomás Eguna. Duración aproximada de la actividad 2 horas
5. Día especial: Sagardo Eguna. Duración aproximada de la actividad 1 hora
6. Paseos en bici mayores y expositores. Duración aproximada de la actividad 1 hora
7. Sorteo Navidad. Duración aproximada de la actividad 1 hora

Las fechas de las actividades para futuras ediciones, serán similares a las expuestas para el 2022/2023

En la realización de la **Gestión de Redes de actividades en el Mercado de Navidad**, la empresa adjudicataria deberá realizar los diseños con la programación de cada una de las actividades indicadas en el Mercado de Navidad, así como otros recursos gráficos para su publicación en redes. Dichos diseños deberán guardar el diseño corporativo y utilización de logotipos que se determinen por parte de Fomento de San Sebastián, además de facilitar la comprensión de la información que contengan. Los propios diseños estarán optimizados, en cuanto a tamaño, peso y distribución de la información, para su publicación en redes sociales y deberán de ser contrastados con Fomento antes de su puesta en marcha.

En cuanto a la intensidad y periodicidad de las publicaciones de en la **Gestión de Redes de actividades en el Mercado de Navidad**, se requiere que la empresa adjudicataria publique contenido relacionado el día de la actividad y alguno de los días previos al mismo. Las publicaciones a realizar, estarán dentro de las 4 publicaciones semanales requeridas, es decir, que si hay una actividad que cubrir, no se deberá publicar información General sobre el Mercado de Navidad y únicamente se realizará sobre el evento que se vaya a realizar. En estos casos, se requerirá por parte de la empresa adjudicataria la publicación de una media de 4-6 tuits al día, 6-10 stories en Instagram, y 2 posts en Facebook e Instagram, también al día.

De acuerdo a esto, para la **Gestión de Redes de Actividades en el Mercado de Navidad**, la empresa adjudicataria deberá realizar la grabación y edición de los vídeos para publicar en redes sociales, tanto en formato vertical como horizontal, con extractos interesantes del Mercado de Navidad, que podrán ser grabados aprovechando visitas para la Gestión de Redes de Actividades en el Mercado de Navidad u otras visitas, para su posterior publicación.

La empresa adjudicataria deberá también obtener fotografías y retocarlas digitalmente durante el Mercado de Navidad para optimizar su publicación en redes sociales. Las fotografías deberán apoyar el resto de la estrategia comunicativa en cuanto a la inclusión de elementos corporativos y deberán aportar valor informativo a las publicaciones en redes sociales, de acuerdo a lo indicado por Fomento

En todos los casos, es imprescindible que las comunicaciones, tanto durante los días previos como durante el propio evento, ofrezcan contenidos en euskera y castellano, para mantener una presencia equiparable de ambos idiomas. Para ello, es válida tanto la publicación simultánea en ambos idiomas como el uso de publicaciones alternas entre un idioma y otro, pero todas ellas deberán garantizar el mismo nivel de calidad lingüística.

Además, la empresa adjudicataria deberá asumir la gestión de la interacción en redes sociales, durante el Mercado de Navidad, así como en los 14 días previos y 5 posteriores. En concreto, la empresa adjudicataria deberá agradecer comentarios, responder dudas e interactuar con los seguidores, además de gestionar los mensajes privados que puedan llegar, siempre con la aprobación y orientación de los responsables de Fomento de San Sebastián.

Por último y como parte del **Servicio Gestión de Redes en el Mercado de Navidad**, la empresa adjudicataria deberá de llevar a lo largo de la duración del Mercado de Navidad, una **Gestión diaria de las redes sociales**, en la que se interactúe con el público. Para esto, se requiere una dedicación aproximada de 1 hora diaria, que podrá distribuirse en dos espacios para la resolución de posibles consultas en dos horarios diferentes a lo largo del día.

Todos los eventos, indistintamente de la duración del mismo, se desarrollarán en Donostia / San Sebastián.

De forma general, en la prestación del objeto del contrato y para cada uno de los eventos en los que la empresa adjudicataria realice la Gestión de las Redes en el mismo, ésta deberá elaborar

un informe final de resultados del trabajo en el que se muestren las principales métricas, alcance, impresiones, conversiones y menciones, para valorar la eficacia de la gestión de las redes sociales desde los días previos al final de cada evento.

En Donostia / San Sebastián a 30 de mayo de 2022



Iñigo Olaizola Arcaute
Gerente de Fomento de San Sebastián, S.A. *sozietateko Gerentea*