PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DE LA GESTIÓN DE LAS REDES SOCIALES DE LA DIRECCIÓN DE PATRIMONIO CULTURAL DE LA ADMINISTRACIÓN GENERAL DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA VASCA

OBJETO DEL CONTRATO

El objeto del presente contrato es la gestión de la presencia de los diferentes servicios pertenecientes a la Dirección de Patrimonio cultural en las redes sociales, mediante el mantenimiento, actualización, seguimiento y monitorización de las mismas.

La empresa adjudicataria del presente contrato se encargará tanto de la creación de contenidos en las redes sociales, como del mantenimiento de la imagen de marca de cada uno de los servicios y el estilo de los organismos en dichos entornos.

Procede la división del contrato en cuatro lotes para la realización independiente de cada una de sus partes, dado que resulta necesaria la prestación de un servicio diferente para cada uno de los organismos que participan en el contrato:

Lote 1	Gestión y dinamización de las redes sociales de Euskariana.
Lote 2	Gestión y dinamización de las redes sociales del Centro de Museos.
Lote 3	Gestión y dinamización de las redes sociales del Servicio de Bibliotecas.
Lote 4	Gestión y dinamización de las redes sociales del Archivo Histórico de Euskadi.

Todas las referencias efectuadas en la presente memoria al contrato o a la persona adjudicataria se entenderán hechas a cada lote en los que se divida el objeto del contrato.

Las entidades licitadoras podrán presentar sus proposiciones indistintamente para cualquiera de los lotes que estimen convenientes o para todos ellos, dado que los mismos no poseen carácter excluyente. No se admitirá la presentación de oferta integradora.

PARTICULARIDADES DE CADA LOTE

Lote 1	**Gestión y dinamización de las redes sociales de Euskariana.**

1.- Objeto del lote

Regular las condiciones técnicas que regirán la contratación de una empresa de marketing digital encargada de la dinamización de redes sociales del portal de patrimonio cultural vasco Euskariana e implementación de una estrategia social media acorde a las necesidades de la entidad creadora y gestora de dicha plataforma, la Biblioteca Digital de Euskadi, perteneciente a la Dirección de Patrimonio Cultural del Departamento de Cultura y Política Lingüística del Gobierno Vasco (en adelante, Biblioteca Digital de Euskadi). Todo ello con el objeto de publicitar la marca Euskariana y desarrollar su presencia en el mundo digital, la cual es inherente a su condición de portal web del patrimonio cultural vasco.

Con esta contratación se pretenden cubrir las necesidades que en esta materia precisa la BIBLIOTECA DIGITAL DE EUSKADI.

2.- Descripción del servicio y tareas a realizar.

El contrato se ejecutará con estricta sujeción: (i) a las estipulaciones contenidas en esta cláusula, (ii) a la propuesta técnica presentada por el contratista, (iii) a las instrucciones que, en su caso, diere el responsable del contrato y (iv) al contenido de la propuesta que resulte adjudicataria.

El contratista quedará obligado a ejecutar y entregar a la BIBLIOTECA DIGITAL DE EUSKADI los servicios contratados en los plazos previstos.

Los trabajos realizados en cualquiera de sus fases serán propiedad de la BIBLIOTECA DIGITAL DE EUSKADI, y, por tanto, podrá recabar al contratista en cualquier momento las entregas de parte de las prestaciones, siempre que sea compatible con el programa de trabajo o planificación de actividades y no afecte al correcto desarrollo de estas.

Las redes sociales que han de ser gestionadas, dinamizadas y monitorizadas por la empresa adjudicataria son las siguientes, sin perjuicio de la posibilidad de añadir cualesquiera otras cuya inclusión resultare oportuna:

- Facebook. *Euskariana - EJGV*
- X (Twitter). *@euskariana*
- Instagram (y Threads). *@euskarianaejgv*
- Youtube. *@euskarianaEJGV*

En este contexto, el adjudicatario del contrato se obliga a la realización de las siguientes tareas:

- Desarrollo de un **Plan Estratégico** que debe contener al menos los siguientes apartados:
    - Análisis de la situación actual y evaluación de los canales a dinamizar
    - Gestión de la dinamización diaria de cada uno de los canales identificados anteriormente, salvo Youtube.
    - Estrategia de segmentación de públicos (generalista y especializado).
    - Identificación de las tareas a llevar a cabo por parte del *community manager.*
    - Planificación y ejecución de campañas de pago y promociones publicitarias.
    - Integración de la perspectiva de género en el desempeño de las actividades inherentes a la ejecución del contrato

- Concretar una **Agenda-calendario** de las publicaciones y acciones que se llevarán a cabo, con frecuencia y antelación mínima de un mes, a ser posible. Este calendario tendrá que tener en cuenta fechas señaladas y efemérides que tengan que ver con acontecimientos bien directamente relacionados con el patrimonio cultural vasco y los contenidos de Euskariana, bien con otros acontecimientos culturales y sociales relevantes del ámbito vasco que puedan verse representados entre el contenido del portal.

- Publicar, de manera acorde con el Plan Estratégico y la Agenda-Calendario, los contenidos informativos y divulgativos sobre las materias y temas previamente descritos que puedan ser de interés del público general y del especializado, y dinamizar dicha información en las mencionadas redes sociales.

  El contenido producido ha de estar adaptado a las características y necesidades de cada red social. Los contenidos y demás iniciativas serán planteadas por la empresa adjudicataria, que enviará previamente a la difusión y con suficiente antelación dicha propuesta de publicación a la persona responsable de redes sociales en la Biblioteca Digital de Euskadi, para su visto bueno y aprobación.

  Además, todos los contenidos deben ser bilingües, en euskera y castellano, y conformes a la Guía de usos y estilo en las Redes Sociales del Gobierno Vasco.

  Ello se materializa en las siguientes actividades:

  - Facebook. Publicación de un post diario de lunes a viernes.
  - Instagram. Publicación de un post diario de lunes a viernes, además de *stories* con contenido lúdico para los fines de semana (adivinanzas, encuestas… relacionadas con contenido de Euskariana).
  - X. Publicación de un tuit diario de lunes a viernes.
  - Mantener una relación colaborativa, redireccionando (retuiteando) mensajes e interactuando con las cuentas institucionales del Centro de Museos de Euskadi, el Archivo Histórico de Euskadi y el Servicio de Bibliotecas de Euskadi, así como de cualesquiera otros agentes relacionados con el patrimonio cultural, en tanto produzcan contenido relevante para Euskariana.
  - Producción de al menos un vídeo mensual con el objetivo de destacar o ampliar contenido de Euskariana o actividades señaladas a lo largo del año. La parte sonora incluirá narración o *voz en over* (o, en el caso de entrevistas, la voz de la persona entrevistada). La parte visual puede incluir contenido del repositorio de Euskariana, así como, contenido original (grabaciones, infografías…) producido por la empresa adjudicataria. Pueden emplearse bancos de imágenes que apoyen el resto del contenido original o de Euskariana. También se puede realizar algún divulgativos sobre el uso del portal de Euskariana.

- Ejecutar campañas de pago en redes sociales, invirtiendo tanto en seguidores como en interacción. De igual manera, diseñar y ejecutar campañas de

publicidad especiales (por ejemplo, sorteos) que se realizarán con frecuencia bimestral.

- Recopilar informes mensuales estadísticos que reflejen la evolución del tráfico web del portal de Euskariana y como de sus redes sociales, así como la influencia de las campañas de pago.
- Realizar una reunión mensual telemática con la Biblioteca Digital de Euskadi para tratar cuestiones como el informe mensual, la agenda-calendario, las estrategias a seguir y cualesquiera otras cuestiones pertinentes.

3.- Gastos exigibles a la empresa adjudicataria

Serán por cuenta de la empresa adjudicataria los gastos de telefonía, desplazamientos y, en su caso, gastos de hospedaje y manutención, asociados a la actividad del contrato, así como a cuantas reuniones de trabajo sean precisas a requerimiento de la persona responsable de las redes sociales de la Biblioteca Digital de Euskadi.

4.- Información técnica

A efectos de clarificación de dudas sobre la información publicada en el citado medio electrónico, la dirección, números de teléfonos y correo electrónico la Biblioteca Digital de Euskadi son las siguientes:

• Dirección: c/ Donostia-San Sebastián, 1 (Sede del Gobierno Vasco, Lakua I)- 01010 Vitoria-Gasteiz
• Persona de contacto: Mikel Gil Sojo
• Teléfono: 945 016 842
• Dirección de correo electrónico: m-gilsojo@euskadi.eus

Lote 2	**Gestión y dinamización de las redes sociales del Centro de Museos.**

1.- Objeto del lote.

Regular las condiciones técnicas que regirán la contratación de una empresa de marketing digital encargada de la dinamización de redes sociales e implementación de una estrategia social media del portal digital de los museos de Euskadi MUSEOTIK, perteneciente a la Dirección de Patrimonio Cultural del Departamento de Cultura y Política Lingüística del Gobierno Vasco. El objetivo es publicitar la marca MUSEOTIK, desarrollar su presencia en el mundo digital, y al mismo tiempo, difundir el patrimonio museístico y los eventos de los museos que participan en esta red.

Con esta contratación se pretenden cubrir las necesidades que en esta materia precisa el Centro de Museos.

2. Descripción del servicio y tareas a realizar.

El contrato se ejecutará con estricta sujeción: (i) a las estipulaciones contenidas en esta cláusula, (ii) a la propuesta técnica presentada por el contratista, (iii) a las instrucciones que, en su caso, diere el responsable del contrato y (iv) al contenido de la propuesta que resulte adjudicataria.

El contratista quedará obligado a ejecutar y entregar al Centro de Museos los servicios contratados en los plazos previstos.

Los trabajos realizados en cualquiera de sus fases serán propiedad del Centro de Museos, y, por tanto, podrá recabar al contratista en cualquier momento las entregas de parte de las prestaciones, siempre que sea compatible con el programa de trabajo o planificación de actividades y no afecte al correcto desarrollo de estas.

Las redes sociales que han de ser gestionadas, dinamizadas y monitorizadas por la empresa adjudicataria son las siguientes, sin perjuicio de la posibilidad de añadir cualesquiera otras cuya inclusión resultare oportuna:

- Facebook: Museotik - *EJGV*
- Instagram (y Threads): *@museotikejgv*
- Youtube: *@museotikEJGV*
- Tik Tok: *@museotikEJGV*

En este contexto, el adjudicatario del contrato se obliga a la realización de las siguientes tareas:

- Desarrollo de un **Plan Estratégico** que debe contener al menos los siguientes apartados:
    - Análisis de la situación actual y evaluación de los canales a dinamizar
    - Gestión de la dinamización de los canales identificados anteriormente y propuesta de tipos de contenidos.
    - Estrategia de segmentación de públicos (generalista y especializado).
    - Identificación de las tareas a realizar por los miembros del equipo.
    - Planificación y ejecución de campañas de pago y promociones publicitarias.
    - Integración de la perspectiva de género en el desempeño de las actividades inherentes a la ejecución del contrato.

- Concretar una **Agenda-calendario** de las publicaciones y acciones que se llevarán a cabo, con frecuencia y antelación mínima de un mes. Este calendario deberá considerar fechas señaladas y efemérides relacionadas con museos, arte o patrimonio cultural, además de eventos culturales y sociales relevantes del ámbito de Euskadi que puedan ser representados por el contenido del portal. También se considerarán las propuestas recibidas por los museos.

- Publicar, acorde con el Plan Estratégico y la Agenda-Calendario, los contenidos informativos y divulgativos sobre materias y temas descritos que puedan interesar al público general y al especializado, y dinamizar dicha información en las redes sociales.

  La propuesta de contenidos deberá ser dinámica y actual, con un diseño y estética acordes al portal digital, y deberá de estar adaptado a las características y necesidades de cada red social. La empresa adjudicataria planteará los contenidos y demás iniciativas, que enviará previamente a la difusión y con

suficiente antelación dicha propuesta de publicación a los responsables de redes sociales en el Centro de Museos, para su visto bueno y aprobación. La planificación deberá ser dinámica y actual.

Además, todos los contenidos deben ser bilingües, en euskera y castellano, y conformes a la Guía de usos y estilo en las Redes Sociales del Gobierno Vasco.

Ello se materializa en las siguientes actividades:

- Facebook: publicación de un post diario de lunes a viernes.
- Instagram: publicación de contenido diario de lunes a viernes, tanto en formato post, reels y/o stories.
- Tik Tok: publicación de un vídeo corto, mínimo una vez a la semana.
- Proponer contenido lúdico para los fines de semana (adivinanzas, encuestas… relacionadas con contenido de Museotik).
- Mantener una relación colaborativa e interactuar con las cuentas institucionales de Kulturklik (sobre todo en lo que respecta a la agenda de los museos), de la Biblioteca Digital de Euskadi de Euskadi, del Archivo Histórico de Euskadi y del Servicio de Bibliotecas de Euskadi.
- Mantener una relación colaborativa, compartiendo sus contenidos e interactuando con las cuentas institucionales de los museos y colecciones que forman parte de Museotik; así como de cualesquiera otros agentes relacionados con el patrimonio cultural de Euskadi.
- Proponer los temas para las historias Museotik que se publican de manera mensual en el portal digital: incluye la redacción de un texto para la web (300-400 palabras), la adaptación de dicho texto para la creación de un vídeo de máx. 2 minutos (250 palabras aprox.) y la elección de las imágenes que servirán para ilustrar el video. La mayoría de las imágenes deben de estar visibles en la web de Museotik, pero podrán emplearse bancos de imágenes o repositorios, como Euskariana, que apoyen el resto del contenido. Se pueden visualizar el tipo de historias en https://museotik.euskadi.eus/historias/-/museotik-historias/
- También se pueden realizar contenidos divulgativos o infografías sobre Museotik.

- Ejecutar campañas de pago en redes sociales, invirtiendo tanto en seguidores como en interacción. De igual manera, diseñar y ejecutar campañas de publicidad especiales (por ejemplo, sorteos) que se realizarán con frecuencia bimestral.
- Recopilar informes mensuales estadísticos que reflejen la evolución del tráfico de las redes sociales, así como su influencia en la web del portal Museotik.
- Realizar una reunión mensual telemática con la Biblioteca Digital de Euskadi para tratar cuestiones como el informe mensual, la agenda-calendario, las estrategias a seguir y cualesquiera otras cuestiones pertinentes. Además, estar presente en las reuniones mensuales con el grupo de trabajo de Museotik, en el que participan el Centro de Museos y algunos de los museos de la red. En estas reuniones se presentarán las propuestas del mes siguiente y el análisis de datos de las diferentes redes sociales.

3.- Gastos exigibles a la empresa adjudicataria

La empresa adjudicataria considerará los gastos de telefonía, desplazamientos y gastos de hospedaje y manutención asociados a la actividad del contrato, y a cuantas reuniones de trabajo sean precisas a cargo de la responsable de las redes sociales de Museotik.

4.- Información técnica

A efectos de clarificación de dudas sobre la información publicada en el citado medio electrónico, la dirección, números de teléfonos y correo electrónico la Biblioteca Digital de Euskadi son las siguientes:

• Dirección: c/ Donostia-San Sebastián, 1 (Sede del Gobierno Vasco, Lakua I)- 01010 Vitoria-Gasteiz
• Persona de contacto: Ainhoa Bernabe Aranberri
• Teléfono: 945 016 929
• Dirección de correo electrónico: a-bernabe@euskadi.eus

Lote 3	**Gestión y dinamización de las redes sociales del Servicio de Bibliotecas.**

1. Objeto del lote

La planificación, gestión y dinamización de las redes sociales y marketing digital del Servicio de Bibliotecas perteneciente a la Dirección de Patrimonio Cultural del Departamento de Cultura y Política Lingüística del Gobierno Vasco (en adelante Servicio de Bibliotecas), y a su vez incremento del número de usuarios que emplean dichas redes.

La empresa adjudicataria se encargará de la creación de contenidos, así como del mantenimiento, actualización, seguimiento y monitorización de las redes sociales en nombre del Servicio de Bibliotecas. A día de hoy estas son sus redes sociales:

- Facebook: https://www.facebook.com/liburutegiak
- X (Twitter): https://twitter.com/liburutegiak
- YouTube: https://www.youtube.com/watch?v=mjKVVJQVLvU
- Blog: https://www.liburutegiak.euskadi.eus/topaleku

A estas se añadiría la creación, mantenimiento, actualización, seguimiento y monitorización de una cuenta de Instagram, y de sus contenidos, de la que actualmente carece el Servicio de Bibliotecas.

La empresa adjudicataria igualmente se encargará de la creación de contenidos, mantenimiento, actualización, seguimiento y monitorización de las siguientes plataformas de eLiburutegia (plataforma de visualización y descarga de libros electrónicos), que dependen del Servicio de Bibliotecas:

- Facebook: https://www.facebook.com/eliburutegiak
- X (Twitter): https://twitter.com/eliburutegia

Por todo ello, se presentará un ejemplo de diseño editorial para cada una de las redes sociales de la entidad [X (Twitter), Facebook, Instagram, YouTube y Blog], considerando la coherencia y adecuación de los contenidos a las redes utilizadas.

Este contenido se presentará indicando un enlace a una URL donde poder descargar el contenido de forma gratuita.

2. Descripción del servicio y tareas a desarrollar

Las tareas a realizar por la empresa adjudicataria serán las siguientes:

- Concretar un calendario-agenda que recoja diferentes actividades, eventos, reconocimientos, etc. relacionados con las bibliotecas en general, y en particular, con las de la Red de Lectura Pública de Euskadi; acontecimientos literarios, novedades y noticias relativas a los escritores, las escritoras y el mundo editorial, publicación de novedades en distintos formatos, premios literarios, jornadas literarias, clubs de lectura… para utilizarlo como referencia a la hora de crear y publicar contenido. La planificación deberá ser dinámica y actual. Específicamente, la base de esa planificación deberá contar con contenidos periódicos que versen sobre los siguientes aspectos:

    - Bibliotecas de la Red de Lectura Pública de Euskadi
    - Novedades de eLiburutegia (plataforma de visualización y descarga de libros electrónicos)
    - Contenidos de Bilgunea (catálogo colectivo de bibliotecas de Euskadi)
    - Contenidos de Kulturklik (Espacio Interactivo de la Cultura Vasca), relacionados estrictamente con la literatura
    - Exposiciones, conferencias, ferias literarias, además de jornadas literarias de celebración periódica (Gutun Zuria…)
    - Premios Euskadi de Literatura
    - Otros premios y concursos literarios, especialmente, los otorgados en la Comunidad Autónoma Vasca independientemente de la lengua empleada. También premios otorgados por publicaciones en euskera en general, independientemente del ámbito territorial
    - Día del Libro (23 de abril)
    - Día de las Bibliotecas (24 de octubre)
    - Otros contenidos similares

- Publicar de manera continuada los contenidos informativos y divulgativos sobre las materias, temas arriba descritos y dinamizar dicha información en las mencionadas redes sociales. Ello se materializa en las siguientes actividades:
    - Idear y crear contenidos e iniciativas que despierten el interés del público general y especialista en relación con las materias, temas arriba descritos.
    - Redireccionar (retuitear) mensajes que hayan realizado otras bibliotecas no pertenecientes a la Red de Lectura Pública de Euskadi, así como los mensajes realizados por el Centro de Museos de Euskadi, la Biblioteca Digital de Euskadi (Euskariana) y el Archivo Histórico de Euskadi.
    - Mantener una relación colaborativa, redireccionando (retuiteando) mensajes e interactuando mediante menciones (etiquetado y hastags) con las cuentas institucionales del Centro de Museos de Euskadi, la Biblioteca Digital de

Euskadi (Euskariana) y el Archivo Histórico de Euskadi y de otras bibliotecas no pertenecientes a la Red de Lectura Pública de Euskadi, que publiquen contenidos de interés.
- Utilizar las diferentes opciones de las propias redes sociales para dar mayor visibilidad a las bibliotecas y al mundo literario. Por ejemplo, la publicación en el apartado "historias" de Instagram o vídeos cortos de YouTube.
- Introducir contenidos que pudiera indicar puntualmente la persona responsable de las redes sociales del Servicio de Bibliotecas.

- Publicar de manera puntual contenidos especiales referidos al Día del Libro (23 de abril) y al Día de las Bibliotecas (24 de octubre).
- Adecuar las publicaciones a las características y público objetivo de cada red social. Por norma general, los contenidos publicados serán diferentes en cada plataforma.
- Recoger la evolución de los contenidos, de las propias redes, seguidores, etc. en un informe mensual de gestión que se remitirá a la persona responsable de las redes sociales del Servicio de Bibliotecas. También se hará una continua monitorización y adaptación del contenido para conseguir mayor presencia.

Se establecen los siguientes mínimos de publicación (en euskera y castellano):

- Facebook: cuatro publicaciones semanales, de lunes a viernes.
- X (Twitter): dos publicaciones diarias, de lunes a viernes.
- YouTube: un vídeo en cada una de las dos mitades en que se divida la duración del contrato.
- Blog: un artículo semanal.
- Instagram: cuatro entradas semanales, de lunes a viernes.

Los contenidos y demás iniciativas periódicas concretas serán planteadas por la empresa adjudicataria, que enviará previamente a la difusión y con suficiente antelación dicha propuesta de publicación a la persona responsable del Servicio de Bibliotecas para su visto bueno y aprobación.

Todos los contenidos deben ser bilingües, en euskera y castellano, y conformes a la Guía de usos y estilo en las Redes Sociales del Gobierno Vasco.

Asimismo, teniendo en cuenta las tareas a realizar, la empresa adjudicataria deberá concretar en un informe de qué manera va a implementar la incorporación de la perspectiva de género en la ejecución del contrato, a efectos de cumplir con el deber transversal que supone la integración de la perspectiva de género en el ámbito de la contratación pública.

3. Gastos exigibles a la empresa adjudicataria

Serán por cuenta de la empresa adjudicataria los gastos de telefonía, desplazamientos y, en su caso, gastos de hospedaje y manutención, asociados a la actividad del contrato, así como a cuantas reuniones de trabajo sean precisas a requerimiento de la persona responsable de las redes sociales del Servicio de Bibliotecas de Euskadi.

4. Información técnica

A efectos de clarificación de dudas sobre la información publicada en el citado medio

electrónico, la dirección, números de teléfonos y correo electrónico la Biblioteca Digital de Euskadi son las siguientes:

• Dirección: c/ Donostia-San Sebastián, 1 (Sede del Gobierno Vasco, Lakua I) - 01010 Vitoria-Gasteiz

• Personas de contacto: Patxi Egia Larrauri / Arantza Beltrán de Heredia Kerejazu

• Teléfonos: 945 019 415 / 945 017 641

• Direcciones de correo electrónico: f-eguialarrauri@euskadi.eus / a-beltrandeheredia@euskadi.eus

Lote 4	**Gestión y dinamización de las redes sociales del Archivo Histórico de Euskadi.**

1.- Objeto del lote

Gestión y dinamización de las redes sociales y marketing digital del Archivo Histórico de Euskadi, perteneciente a la Dirección de Patrimonio Cultural del Departamento de Cultura y Política Lingüística del Gobierno Vasco (en adelante AHE).

La empresa adjudicataria se encargará de la creación de contenidos, así como del mantenimiento, actualización, seguimiento y monitorización de las redes sociales en nombre del AHE. A día de hoy estas son sus redes sociales:

- Facebook
- X (Twitter)
- Youtube

A estas, se añadiría la creación, mantenimiento, actualización, seguimiento y monitorización de una cuenta de Instagram, y de sus contenidos, de la que actualmente carece el AHE.

La empresa adjudicataria de este contrato, además de crear contenido en las redes sociales, también se encargará del mantenimiento de la imagen de la marca del Archivo Histórico de Euskadi en estos entornos y del mantenimiento del estilo que tenga la entidad.

Asimismo, recogerá las claves de acceso a las redes sociales del Archivo Histórico de Euskadi y será responsabilidad de éste hacer un uso responsable y atento de las mismas, evitando su difusión indebida.

2.- Descripción del servicio y tareas a desarrollar

El contrato se ejecutará con estrcta sujeción: (i) a la propuesta técnica presentada por el contratista, (ii) a las instrucciones que, en su caso, diere el responsable del contrato y (iii) al contenido de la propuesta que resulte adjudicataria.

El contratista quedará obligado a ejecutar y entregar al AHE los servicios contratados en los plazos previstos.

Los trabajos realizados en cualquiera de sus fases serán propiedad del Centro de Museos, y, por tanto, podrá recabar al contratista en cualquier momento las entregas de parte de las prestaciones, siempre que sea compatible con el programa de trabajo o planificación de actividades y no afecte al correcto desarrollo de estas.

Las tareas a realizar por la empresa adjudicataria serán las siguientes:

-Desarrollo de un **Plan Estratégico** que debe contener al menos los siguientes apartados:

- Análisis de la situación actual y evaluación de los canales a dinamizar
- Gestión de la dinamización de los canales identificados anteriormente y propuesta de tipos de contenidos.
- Estrategia de segmentación de públicos (generalista y especializado).
- Identificación de las tareas a realizar por los miembros del equipo.
- Planificación y ejecución de campañas de pago y promociones publicitarias.
- Integración de la perspectiva de género en el desempeño de las actividades inherentes a la ejecución del contrato

-Concretar una **Agenda-calendario** de las publicaciones y acciones que se llevarán a cabo, con frecuencia y antelación mínima de un mes. Este calendario deberá considerar fechas señaladas y efemérides relacionadas con museos, arte o patrimonio cultural, además de eventos culturales y sociales relevantes del ámbito de Euskadi que puedan ser representados por el contenido del portal. También se considerarán las propuestas recibidas por los museos.

-Publicar, acorde con el Plan Estratégico y la Agenda-Calendario, los contenidos informativos y divulgativos sobre materias y temas descritos que puedan interesar al público general y al especializado, y dinamizar dicha información en las redes sociales.

La propuesta de contenidos deberá ser dinámica y actual, con un diseño y estética acordes al portal digital, y deberá de estar adaptado a las características y necesidades de cada red social. La empresa adjudicataria planteará los contenidos y demás iniciativas, que enviará previamente a la difusión y con suficiente antelación dicha propuesta de publicación a los responsables de redes sociales en el AHE, para su visto bueno y aprobación.

Además, todos los contenidos deben ser bilingües, en euskera y castellano, y conformes a la Guía de usos y estilo en las Redes Sociales del Gobierno Vasco.

Todo ello se materializará en las siguientes actividades:

- Facebook: publicación de un post diario de lunes a viernes.
- Instagram: publicación de contenido diario de lunes a viernes, tanto en formato post, reels y/o stories.
- Proponer contenido lúdico para los fines de semana (adivinanzas, encuestas… relacionadas con contenido de AHE).

- Mantener una relación colaborativa e interactuar con las cuentas institucionales de Kulturklik, de la Biblioteca Digital de Euskadi de Euskadi (Euskariana), del Servicio de Bibliotecas de Euskadi y de Museotik (Plataforma de los museos de Euskadi).
- También se pueden realizar contenidos divulgativos o infografías sobre el AHE.
- Ejecutar campañas de pago en redes sociales, invirtiendo tanto en seguidores como en interacción. De igual manera, diseñar y ejecutar campañas de publicidad especiales (por ejemplo, sorteos) que se realizarán con frecuencia bimestral.
- Recoger la evolución de los contenidos, de las propias redes, seguidores, etc. en un informe mensual de gestión que se remitirá a la persona responsable de las redes sociales del AHE.
- Realizar una reunión mensual telemática (o si así se estimará, presencial) con el AHE para tratar cuestiones como el informe mensual, la agenda-calendario, las estrategias a seguir y cualesquiera otras cuestiones pertinentes.
- Redireccionar (retuitear) mensajes realizados por el Centro de Museos de Euskadi, la Biblioteca Digital de Euskadi (Euskariana) y Museotik (Plataforma de los museos de Euskadi).
- Interactuar mediante menciones (etiquetado y hashtags) con el Centro de Museos de Euskadi, la Biblioteca Digital de Euskadi (Euskariana) y Museotik (Plataforma de los museos de Euskadi).
- Introducir contenidos que pudiera indicar puntualmente la persona responsable de las redes sociales del AHE.
- Adecuar las publicaciones a las características y público objetivo de cada red social. Por norma general, los contenidos publicados serán diferentes en cada plataforma, si bien podrán versar sobre el mismo tema.

Asimismo, teniendo en cuenta las tareas a realizar, la empresa adjudicataria deberá concretar en un informe de qué manera va a implementar la incorporación de la perspectiva de género en la ejecución del contrato, a efectos de cumplir con el deber transversal que supone la integración de la perspectiva de género en el ámbito de la contratación pública.

3.- Gastos exigibles a la empresa adjudicataria

Serán por cuenta de la empresa adjudicataria los gastos de telefonía, desplazamientos y, en su caso, gastos de hospedaje y manutención, asociados a la actividad del contrato, así como a cuantas reuniones de trabajo sean precisas a requerimiento de la persona responsable de las redes sociales del AHE.

4.- Información técnica

A efectos de clarificación de dudas sobre la información publicada en el citado medio electrónico, la dirección, números de teléfonos y correo electrónico del AHE son las siguientes:

• Dirección: c/ María Díaz de Haro, 3 - 48013 Bilbao
• Persona de contacto: Unai Cuevas Arano
• Teléfono: 944032785
• Dirección de correo electrónico: u-cuevas@euskadi.eus

En Vitoria-Gasteiz, el día y la hora de la firma digital.

FRANCISCO EGUIA LARRAURI - 14264531T

Firmado digitalmente por FRANCISCO EGUIA LARRAURI - 14264531T
Fecha: 2024.07.04 10:18:55 +02'00'

Fdo.: Patxi Egia Larrauri
TECNICO DEL SERVICIO DE BIBLIOTECAS

MIREN JOSEBE ALONSO MARIGOMEZ - 09365153J

Firmado digitalmente por MIREN JOSEBE ALONSO MARIGOMEZ - 09365153J
Nombre de reconocimiento (DN): c=ES, o=Eusko Jaurlaritza, ou=KULTURA ETA HIZKUNTZA POLITIKA/ CULTURA Y POLITICA LINGÜISTICA, ou=CERTIFICADO ELECTRONICO DE EMPLEADO PUBLICO, cn=MIREN JOSEBE ALONSO MARIGOMEZ - 09365153J, givenName=MIREN JOSEBE, sn=ALONSO MARIGOMEZ, serialNumber=IDCES-09365153J
Fecha: 2024.07.08 08:16:51 +02'00'

Fdo.: Josebe Alonso Marigomez
DIRECTORA DEL ARCHIVO HISTÓRICO DE EUSKADI

Ainhoa Bernabe Aranberri

Digitally signed by Ainhoa Bernabe Aranberri
Date: 2024.07.11 12:34:49 +02'00'

Fdo.: Ainhoa Bernabé Aranberri
TÉFCNICA DEL SERVICIO DE MUSEOS

GUMERSINDA BARBEITO MEIZOSO - 14588438K

Firmado digitalmente por GUMERSINDA BARBEITO MEIZOSO - 14588438K
Fecha: 2024.07.01 12:32:46 +02'00'

Fdo.: Sindi Barbeito Meizoso
RESPONSABLE DEL SERVICIO DE BIBLIOTECA DIGITAL-EUSKARIANA