DURANGO
Udala • Ayuntamiento

DOKUMENTUA / DOCUMENTO: Baldintza teknikoen plegua / Pliego de Prescripciones Técnicas

ESPEDIENTE ZENBAKIA / Nº EXPEDIENTE: **16/2024/KN_P1**

SAILA / DEPARTAMENTO: Turismo y Comercio

IZENBURUA/ TÍTULO: **TURISMO BULEGOAREN SARE SOZIALAK DINAMIZATZEKO ETA ONLINE PUBLIZITATEA EGITEKO ZERBITZUA**

SERVICIO DE DINAMIZACIÓN DE REDES SOCIALES Y PUBLICIDAD ONLINE DE LA OFICINA DE TURISMO

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TECNICAS

PARA LA CONTRATACION POR PROCEDIMIENTO ABIERTO

SERVICIO DE DINAMIZACIÓN DE REDES SOCIALES Y PUBLICIDAD ONLINE DE LA OFICINA DE TURISMO

1. ANTECEDENTES

El auge de las Redes Sociales (RRSS) como canal para la comunicación y promoción turística ha ido configurando a lo largo de los últimos años un espacio propio para la promoción del turismo en Durango que ha ido abordando las RRSS con perfiles y presencia en las siguientes:

- Instagram
- Facebook
- Google
- YouTube
- Mailchimp (email marketing)

Como una herramienta más de comunicación, los perfiles de las redes sociales están orientados a destacar los puntos fuertes e imagen de la marca Durango como destino turístico en Bizkaia.

Se trata de una vía necesaria para dar a conocer y promocionar la oferta turística, natural, histórica, cultural, de servicios, del pequeño comercio, la hostelería, los alojamientos turísticos, etc.

Las RRSS son, en gran medida, el reflejo de la marca Durango y una herramienta que nos sirve para mantener una buena imagen de Durango como destino turístico.

Las RRSS precisan de una constante creación de nuevos contenidos, contenidos digitales que deben estar actualizados y adaptados a las distintas herramientas para su difusión a través de los distintos canales: fotografías, textos, reels, etc.

El desarrollo de la estrategia de promoción y comunicación en RRSS requiere de un tratamiento específico y profesional enfocado a este sector que precisa considerar de manera realista y objetiva las condiciones necesarias para que se pueda desarrollar de forma óptima.

2. OBJETO DEL CONTRATO

SERVICIO DE DINAMIZACIÓN DE REDES SOCIALES Y PUBLICIDAD ONLINE DE LA OFICINA DE TURISMO

Documento firmado electrónicamente (RD 167/2009), autenticado y verificable mediante el CSV: 15250327320756165446 **CSVak legeztatu eta egiaztatzen duen agiria, elektronikoki sinatua**

3. CONTENIDO DEL SERVICIO DE DINAMIZACIÓN DE REDES SOCIALES Y PUBLICIDAD ONLINE DE LA OFICINA DE TURISMO

Implementar el Social Media Plan

Implementar la estrategia del Social Media Plan, atender y diagnosticar el diálogo con la comunidad con objeto de generar reconocimiento de la marca Turismo Durango y de Durango como destino turístico en Bizkaia.

Captar usuarios cualificados para atraer su visita a Durango

Acentuar el conocimiento de los atractivos y servicios turísticos de Durango para inspirar, persuadir y atraer la visita a Durango de personas usuarias de las RRSS.

Gestión del marketing digital en las plataformas de la Oficina de Turismo.

Mantenimiento y actualización de las plataformas de administración de los perfiles sociales de la Oficina de Turismo, adaptación y organización de los contenidos, envíos de newsletter, interacción con usuarios, análisis de impacto, etc. en las RRSS de la Oficina de Turismo:

- Instagram
- Facebook
- Google
- YouTube
- Mailchimp (email marketing)

Realizar el calendario mensual de publicaciones.

El calendario y los contenidos en él plasmado serán contrastados con el personal técnico de la Oficina de Turismo.

Generar nuevos contenidos para su publicación en los perfiles de RRSS de la Oficina de Turismo. Los contenidos serán textos, fotografías así como montaje de reels, spots, de material aportado por la Oficina de Turismo, etc. Los textos/audios serán principalmente en euskera y castellano, ocasionalmente podrán ser en inglés.

Contenidos promocionados (publicidad)

Post promocionados de publicidad online y/o concursos.

El 5% del presupuesto anual se destinará a la realización de contenidos audiovisuales, fotográficos, digitales y a la realización de posts promocionados o publicidad online, en Facebook, Instagram, Google u otras plataformas digitales online de interés estratégico turístico como pueden ser Tusdestinos, Tripadvisor, Minube, Booking, etc.

Idear e implementar concursos y/o acciones promocionales en las redes sociales que respondan a los objetivos de interacción con los usuarios que se pretendan conseguir.

Los contenidos y los posts promocionados así como las propuestas de concursos serán planificados, calendarizados y contrastados con el personal técnico de la Oficina de Turismo.

Gestión de las interacciones de usuarios con las RRSS de la Oficina de Turismo.

Gestión del email marketing promocional. Planificación del email-marketing, organización de plantillas y contactos, generación de "funnels" para los diferentes "targets".

Gestión de la escucha activa y reputación online y gestión de las opiniones y valoraciones de usuarios (especialmente Google) u otros, interacción con las mismas.

Documento firmado electrónicamente (RD 167/2009), autenticado y verificable mediante el CSV: 15250327320756165446 **CSVak legeztatu eta egiaztatzen duen agiria, elektronikoki sinatua**

Reporte al personal técnico de la Oficina de Turismo, en el momento de producirse, de cualquier situación crítica que pudiera surgir.

Gestión de "influencers"
Detectar los "influencers" para cada uno de los perfiles sociales y gestionar la respuesta de menciones, gestionar la viralización de los contenidos relativos a la Oficina de Turismo.

Gestión de situaciones críticas
Gestionar las posibles situaciones críticas. Reportar al personal técnico de la Oficina de Turismo, en el momento de producirse, cualquier situación crítica que pudiera surgir.

Reuniones presenciales
Se realizarán al menos 2 reuniones presenciales al año con el personal técnico del área de Turismo: planificación anual y análisis de resultados. Especificaciones técnicas de integración de las plataformas de RRSS en la página web.

Informes y estadísticas
Informe anual de resultados y estadísticas de todas las RRSS en las que la Oficina de Turismo tiene presencia y del impacto de las actuaciones.

4.DURACION DEL CONTRATO

La duración del contrato de servicio será de 2 años, a contar desde la fecha de formalización del contrato, prorrogable anualmente, de manera expresa, por mutuo acuerdo de las partes y antes de la finalización de aquel, por un año (1) más, sin que pueda exceder la duración total del contrato de 3 años.

5.PRESUPUESTO Y FORMA DE PAGO

El presupuesto máximo que el Ayuntamiento reservará al cumplimiento del mencionado contrato incluyendo los dos años de duración y el 21% de IVA, asciende a la cantidad de **60.016 €.**

El precio del contrato irá con cargo a la partida 81-4320-22603 "PUBLICIDAD Y PROPAGANDA" del presupuesto municipal del 2024, 2025 y 2026.

El desglose por años es el siguiente:

Año 2024
- 7.502 € (21% de IVA incluido)

Año 2025
- 30.008 € (21% de IVA incluido)

Año 2026
- 22.506 € (21% de IVA incluido)

6.FORMA DE PAGO

El pago por la prestación de los servicios se efectuará como consecuencia de los trabajos realizados el mes anterior.
Las facturas deberán presentarse electrónicamente.
Los códigos DIR3 necesarios para la confección de estas facturas electrónicas son:

Organo gestor: L01480274
Oficina contable: L01480274

Documento firmado electrónicamente (RD 167/2009), autenticado y verificable mediante el CSV: 15250327320756165446 **CSVak legeztatu eta egiaztatzen duen agiria, elektronikoki sinatua**

Unidad orgánica: LA0023005

7. REQUISITOS DEL SERVICIO

ORGANIZACIÓN Y MEDIOS DE LA EMPRESA CONTRATISTA

La empresa que resulte adjudicataria se comprometerá a dedicar o adscribir a la ejecución del contrato los medios personales o materiales suficientes para ello y a comunicar al Ayuntamiento de Durango cualquier cambio respecto al personal designado para la prestación del servicio.

Del mismo modo, se comprometerá a ejercer de modo real, efectivo y periódico, el poder de dirección con sus trabajadores/as, asumiendo la negociación y pago de los salarios, la concesión de permisos, licencias y vacaciones, sustituciones, obligaciones legales en materia de prevención de riesgos laborales, imposición-cuando proceda- de sanciones disciplinarias y cuantos efectos de Seguridad Social se deriven y en particular, el abono de cotizaciones y el pago de prestaciones y cuantos otros derechos y obligaciones se deriven de la relación contractual entre empleado/a y empleador/a.

Las relaciones sindicales del personal de la entidad contratista con ésta se sustanciarán igual y exclusivamente entre ellos.

8. EQUIPOS, MEDIOS MATERIALES Y PERSONALES NECESARIOS PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO

La empresa contratista aportará los medios materiales y personales para la prestación del servicio objeto del contrato.

Medios personales

Corresponde exclusivamente a la empresa contratista la selección del personal que, reuniendo los requisitos exigidos en los pliegos, formará parte del equipo de trabajo adscrito a la ejecución del contrato, sin perjuicio de la verificación por parte del Ayuntamiento de Durango del cumplimiento de los mismos.

Medios materiales

La empresa contratista abastecerá al personal adscrito al servicio objeto del contrato de local físico y de todos los medios necesarios para la prestación del servicio y será responsable de ellos.

Las reuniones presenciales, se podrán desarrollar en dependencias municipales sin que ello conlleve ninguna responsabilidad por parte del Ayuntamiento de Durango.

9.EXENCION DEL AYUNTAMIENTO DE DURANGO

El Ayuntamiento de Durango será ajeno a las actividades realizadas por la empresa que resulte adjudicataria, no derivándose para el Ayuntamiento ninguna relación laboral ni de ninguna otra índole respecto a las actividades o prácticas profesionales que desarrollen quedando, por lo tanto, el Ayuntamiento de Durango, exento de cualquier responsabilidad que pudiera derivarse de la actividad desarrollada por la empresa contratista.

Documento firmado electrónicamente (RD 167/2009), autenticado y verificable mediante el CSV: 15250327320756165446 **CSVak legeztatu eta egiaztatzen duen agiria, elektronikoki sinatua**

10.CONDICIONES PARTICULARES

Protección de datos y confidencialidad

La presente licitación implica el acceso de la empresa que resulte adjudicataria a datos de carácter personal de cuyo tratamiento es responsable el Ayuntamiento de Durango, teniendo aquel la consideración de encargado de tratamiento. En este supuesto, el acceso a esos datos no se considerará comunicación de datos, cuando se cumpla lo previsto en el artículo 28 del reglamento de RGPD.

La presente licitación implica la obligación de la empresa que resulte adjudicataria a mantener absoluta confidencialidad y reserva sobre cualquier dato que pudiera conocer con ocasión del cumplimiento del contrato, especialmente los de carácter personal, que no podrá copiar o utilizar con fin distinto al que figura en este pliego, ni tampoco ceder a otros ni siquiera a efectos de conservación.

Las concretas exigencias e instrucciones en materia de tratamiento de datos y confidencialidad se establecerán en una "*Declaración Responsable sobre Tratamiento de datos personales y confidencialidad*" que deberá ser suscrita por la empresa adjudicataria propuesta.

Derechos de propiedad

Los derechos de propiedad de todos los contenidos y acciones realizadas por la empresa que resulte adjudicataria, dentro del contrato, serán propiedad del Ayuntamiento de Durango.

Las concretas exigencias e instrucciones en materia de derechos de propiedad se establecerán en una "*Declaración Responsable sobre derechos de propiedad*" que deberá ser suscrita por la empresa adjudicataria propuesta.

11. LOTES

No dividido en lotes dado que su división por lotes impediría la correcta ejecución del mismo.

12. PROCEDIMIENTO DE LICITACION

Abierto.

Responsable del contrato

Natalia de Naverán
Técnica de Turismo y Comercio

Natalia de Naverán Urrutia
Turismo teknikaria · Técnico de Turismo

Documento firmado electrónicamente (RD 167/2009), autenticado y verificable mediante el CSV: 15250327320756165446 **CSVak legeztatu eta egiaztatzen duen agiria, elektronikoki sinatua**