



PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN, POR PROCEDIMIENTO ABIERTO, DE LOS SERVICIOS DE GESTIÓN Y CREACIÓN DE CONTENIDOS EN REDES SOCIALES (RR.SS.) Y SERVICIOS DE COMMUNITY MANAGER PARA ETURIA CLM

(EXPTE. Nº A/05/2024)

1. INTRODUCCIÓN

La Empresa pública tiene por objeto la promoción de los recursos turísticos y artesanos de la región, mediante el ejercicio de las siguientes actividades:

- El desarrollo de las actividades relacionadas con la promoción y fomento de los distintos productos y servicios turísticos de Castilla-La Mancha y la potenciación de su oferta turística.
- La aplicación de las nuevas tecnologías a la comercialización turística.
- Diseño de proyectos y acciones de promoción, estrategias de comercialización para los productos relacionados con los sectores artesanos y la marca artesanía de Castilla-La Mancha.

Castilla- La Mancha es cocina de raíz y Raíz Culinaria representa la auténtica cocina que nos define, una cocina sencilla y única, con la que rendimos tributo a la tradición y el origen. Una cocina de territorio extremadamente rica. Una gastronomía que es diferente según quién la interprete. Una cocina tradicional ligada a técnicas históricas que se han seguido manteniendo vivas hasta hoy en día.

Eturia clm pasa a gestionar la promoción de la Región como destino gastronómico de referencia bajo la marca “Raíz Culinaria”. Mediante diferentes estrategias y acciones de promoción busca posicionar a Castilla-La Mancha entre las regiones gastronómicas de España, haciendo de los alimentos autóctonos y los servicios de restauración un motivador principal a la hora de escoger nuestra región como destino de viaje por parte de la demanda.

Por su parte, Legado Artesano es la marca de excelencia de la artesanía de Castilla-La Mancha. Es la distinción que expresa y da a conocer una tierra que es cuna de los mejores artesanos de nuestro país.

Nuestra región, en el corazón de España, es reconocida internacionalmente por una industria artesana viva, diversa y dinámica. Los artesanos y artesanas de Castilla-La Mancha, desarrollan oficios, con unas técnicas que forman parte de nuestras señas de identidad, nuestro patrimonio inmaterial y cultural, que han supuesto la forma de vida de muchos pueblos y ciudades de la Región y que se ha transmitido de generación en generación a través de los siglos. Una rica herencia cultural que nos identifica y proyecta al exterior.





Por tanto, los tres ejes de actuación que son de interés a los efectos de este contrato son el turismo, la gastronomía y la artesanía.

La creación de un producto turístico, gastronómico y artesano de mayor valor añadido pasa por dar una buena comunicación de cada uno de estos productos, de una manera segmentada. Y para desarrollar las acciones que derivan de las necesidades de cada uno de ellos es necesaria su visibilidad a través de las herramientas digitales de ETURIA CLM.

ETURIA CLM cuenta con herramientas de actuación para poder hacer frente a las diferentes tareas encomendadas. Enumeraremos aquellas que son de interés para el objeto de este contrato:

PERFILES EN REDES SOCIALES

En cuanto a las Redes Sociales, desde ETURIA CLM se gestiona la comunicación a través de diferentes perfiles en las plataformas social media más relevantes. Tal como queda resumido en el cuadro siguiente se realiza una difusión específica con perfiles de X (antes Twitter); se cuenta con un perfil de Facebook; y en cuanto a una comunicación de tipo más visual se dispone de un perfil en Instagram y un canal propio a la plataforma de video sharing YouTube.

	Turismo	Raíz Culinaria	Legado Artesano	Film Commission	Hospederías
Instagram	@turismocastillalamancha	@raiz.culinaria	@artesanía_clm	@clm_fc	@turismocastillalamancha
Facebook	@TurismoCLM	@raizculinaria.castillalamancha	@ArtesaníaCastillaLaMancha	@clm.film	@TurismoCLM
X	@turismoclm	-	-	-	
Youtube	@PromocionTurismoCastillaLaMancha	-	@artesianiadecastilla-lamanc3579	@castilla-lamanchafilmmi6814	@PromocionTurismoCastillaLaMancha
Tik Tok	-	-	-	-	-

En el caso de las cuentas de Tik Tok de Turismo Castilla-La Mancha, Raíz Culinaria Castilla-La Mancha y Artesanía de Castilla-La Mancha, se procederá a su creación próximamente, aunque exclusivamente se compartirán los vídeos que la cuenta de Tik Tok de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha promocióne sobre cada sector.

2. OBJETO

El presente pliego tiene por objeto determinar las condiciones técnicas por las que se deberá regir la prestación del servicio de creación y gestión de contenidos en Redes Sociales y Servicios de Community Manager para ETURIA CLM.

El contrato que se lleve a cabo raíz del presente pliego se justifica en la necesidad que tiene esta empresa al contratar la gestión y la planificación de los perfiles de redes sociales de ETURIA CLM a través de una empresa de marketing y comunicación con el fin de mejorar la imagen y notoriedad de las marcas de turismo, gastronomía y artesanía de Castilla-La Mancha, dar a conocer los diferentes productos que se ofrecen, así como crecer en nuestros perfiles sociales.





También se requiere del adjudicatario un conocimiento profundo del entorno competitivo en los mercados propuestos, tanto en cuanto a la demanda como la oferta de los principales competidores de la región en este ámbito.

El empresario licitador tendrá que ser una agencia de publicidad, agencia de comunicación, agencia de marketing digital o agencia de servicios de marketing que se dedique profesionalmente y de manera organizada a preparar, programar o ejecutar servicios de Community Management.

OBJETIVOS

Objetivo principal

- Dar a conocer los diferentes productos que ofrece la región relacionados con el objeto del contrato: Turismo, Gastronomía y Artesanía.

Objetivos secundarios

- Aumentar el volumen de seguidores en los perfiles de redes sociales.
- Ser referente en redes sociales en el ámbito de la promoción de los destinos turísticos, así como de los productos gastronómicos y artesanos de la región.

3. DESCRIPCIÓN DE LAS PRESTACIONES

Las prestaciones que se tienen que llevar a cabo se exponen a continuación:

3.1. Realización del calendario de edición

Se presentará un calendario de edición semanal a ETURIA CLM con una antelación mínima de dos semanas para poder realizar las modificaciones convenientes, ajustar los contenidos y dar su aprobación para la publicación de los contenidos.

Se tendrá que tener en cuenta la introducción de información relativa a todas las marcas objeto de promoción de una manera equilibrada dentro de una misma semana.

El calendario contendrá el contenido exacto propuesto y diferenciado para cada una de las redes sociales donde se vaya a publicar y se presentará tanto el material textual como el gráfico.

Una vez presentada y aprobada la propuesta semanal en castellano, se presentará el material en el resto de los idiomas.





3.2. Generación y/o Adaptación de contenidos

El diseño y ejecución de los contenidos para los perfiles de redes sociales tendrá que contemplar la posibilidad de incluir la creación y producción de aquellos contenidos que puedan ser necesarios para llevar a cabo la calendarización.

En el caso de las cuentas de Tik Tok de Turismo Castilla-La Mancha, Raiz Culinaria Castilla-La Mancha y Artesanía de Castilla-La Mancha, exclusivamente se compartirán los videos que la cuenta de Tik Tok de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha promocioe sobre cada sector.

Revisión y planificación de los contenidos

La continúa revisión y propuesta de actualización o generación de contenidos también se incluye dentro del marco de este contrato.

Por lo tanto, la empresa adjudicataria tendrá que presentar planificaciones/propuestas en cuanto al uso y/o modificación de contenidos ya existentes, o la generación de nuevos contenidos si estos se tienen que incorporar en el catálogo de canales establecidos para este contrato.

El objetivo de estas planificaciones será el de garantizar la disponibilidad de los contenidos necesarios para realizar las diferentes inserciones en los perfiles de redes sociales de ETURIA CLM. Las propuestas se tendrán que presentar con la suficiente antelación para disponer del margen de tiempo necesario para aprobar la planificación, y para adaptar o generar los contenidos necesarios.

Los técnicos de ETURIA CLM también podrán establecer la generación de nuevos contenidos ante necesidades puntuales.

Todos los contenidos creados bajo esta contratación serán propiedad de ETURIA CLM.

La creación/adaptación de cualquier contenido tendrá que contar con la aprobación por parte de los técnicos designados por ETURIA CLM, que podrán solicitar su modificación y/o sustitución en el supuesto de que se consideren contenidos no adecuados o no en la línea de la estrategia definida.

3.3. Cobertura de eventos

ETURIA CLM considera necesario llevar a cabo la cobertura de ciertos eventos con la planificación detallada más adelante y de acuerdo con las necesidades que se prevean.

Dicha cobertura tendrán que ser realizados por la empresa contratista que pondrá a disposición de ETURIA CLM los medios técnicos y humanos necesarios para una óptima transmisión del evento según los criterios y especificaciones establecidas por ETURIA CLM.





La planificación establecida para esta cobertura es la detallada a continuación y los eventos serán comunicados por ETURIA CLM a la empresa adjudicataria con un plazo mínimo de 10 días naturales:

- cobertura de eventos vinculada a las cuentas de Turismo de Castilla-La Mancha. La empresa adjudicataria garantizará la presencia de personal para la cobertura informativa in situ de un máximo de dos eventos anuales (de un máximo 5 días de duración) en el ámbito de la Región de Castilla-La Mancha y/o la Comunidad de Madrid (indistintamente) creando contenidos específicos en las redes sociales de Turismo de Castilla-La Mancha.
- cobertura informativa in situ de un mínimo de tres eventos anuales (de un máximo 3 días de duración) en el ámbito de la Región de Castilla-La Mancha y/o la Comunidad de Madrid (indistintamente) creando contenidos específicos en las redes sociales de Raíz Culinaria Castilla-La Mancha.
- cobertura de cinco eventos de artesanía que defina Eturia clm, teniendo en cuenta la importancia de Farcama Otoño, habrá que asistir a la inauguración, al acto de entre de reconocimientos regionales y a la actividad programada como talleres, conciertos, y feria. Obteniendo vídeo y fotos para realizar el contenido para redes sociales. Se replicarán estos contenidos en el perfil de @farcama_artesanía. También se dará cobertura a otros eventos en los que se participe, previamente solicitado por ETURIA CLM.

La retransmisión de estos eventos podría realizarse en cualquier sitio de la península, la empresa se hará cargo de cualquier gasto vinculado a desplazamientos y/o cualquier otro gasto vinculado con la ejecución de la retransmisión siempre que esta disponga de instalaciones y personal allí donde se pretende llevar a cabo el acontecimiento.

La empresa se encargará de poner a disposición de ETURIA CLM:

- La equipación técnica necesaria en cuanto a dispositivos informáticos, grabación de imágenes y de sonido (cámara) y el software necesario (Broadcaster) para una óptima retransmisión del evento.
- El personal técnico necesario para la gestión de los dispositivos y software que garanticen una óptima producción del acontecimiento.

La empresa se hará cargo de poner al alcance de ETURIA CLM los recursos técnicos y humanos necesarios para llevar a cabo la emisión en streaming siempre que las necesidades técnicas solicitadas no impliquen el despliegue de una infraestructura compleja en materia audiovisual (uso de tablas de sonido, múltiples micrófonos, equalizadores, más de una cámara, videomixers).

3.4. Gestión de las plataformas de administración

Se llevará a cabo el mantenimiento y actualización de las plataformas de administración de los perfiles sociales existentes de acuerdo con los objetivos marcados por ETURIA CLM.





Se mantendrá informado en todo momento de las actuaciones que se lleven a cabo en nombre de ETURIA CLM.

3.5. Captación de usuarios

La captación de usuarios resultará un elemento clave, por lo que la empresa contratista tendrá que desarrollar propuestas de lanzamiento y captación de usuarios para redes sociales.

Facebook:

- ✓ Conseguir un crecimiento mensual orgánico de, al menos:
 - ✓ 180 seguidores en el perfil de Turismo Castilla-La Mancha <https://www.facebook.com/TurismoCLM>.
 - ✓ 50 seguidores en el perfil de Hospederías de Castilla-La Mancha <https://www.facebook.com/hospederiasclm>.
 - ✓ entre 50 y 100 seguidores en perfil de Castilla-La Mancha Film Commission @clm_fc
 - ✓ 3 y 7% de seguidores en el perfil de Artesanía de Castilla-La Mancha <https://www.facebook.com/ArtesaniaCastillaLaMancha>.
 - ✓ 20 seguidores en el perfil de Raíz Culinaria <https://www.facebook.com/raizculinaria.castillalamancha/>
- ✓ Alcance al que llegan nuestras publicaciones de:
 - ✓ al menos un 70% mensual respecto al número de seguidores del mes en cuestión, en el caso de Turismo Castilla-La Mancha y Hospederías de Castilla-La Mancha.
 - ✓ un 5 y 15% mensual en los meses valle y un 15-30% en los meses de mayor actividad o eventos respecto al número de seguidores del mes en cuestión, en el caso de Artesanía de Castilla-La Mancha.
 - ✓ al menos un 30% mensual respecto al número de seguidores del mes en cuestión, en el caso de Raíz Culinaria.
- ✓ Grado de interacción de los usuarios (Engagement) de:
 - ✓ al menos un 70% mensual respecto al número de seguidores del mes en cuestión, en el caso de Turismo Castilla-La Mancha y Hospederías de Castilla-La Mancha.
 - ✓ +5 y 10% en los meses valle y un 15-30% en los meses de mayor actividad o eventos



- ✓ al menos entre un 3% y un 6% mensual respecto al número de seguidores del mes en cuestión, en el caso de Turismo Castilla-La Mancha y Hospederías de Castilla-La Mancha.

X:

- ✓ Conseguir un crecimiento mensual orgánico de, al menos:
 - ✓ 60 Seguidores en perfil de Turismo Castilla-La Mancha <https://x.com/turismoclm>
- ✓ Grado de interacción de los usuarios (Engagement) de al menos un 70% mensual respecto al número de seguidores del mes en cuestión.

Instagram:

- ✓ Conseguir un crecimiento mensual orgánico de, al menos:
 - 200 seguidores en perfil de Turismo Castilla-La Mancha <https://www.instagram.com/turismocastillalamanca/>
 - 70 seguidores en perfil de Hospederías Castilla-La Mancha <https://www.instagram.com/hospederiasclm/>
 - 75 seguidores en perfil de Castilla-La Mancha Film Commission @clm_fc
 - 100 seguidores, en el perfil de Artesanía de Castilla-La Mancha https://www.instagram.com/artesania_clm.
 - 150 seguidores en perfil de Raíz Culinaria <https://www.instagram.com/raiz.culinaria>
- ✓ Alcance al que llegan nuestras publicaciones de:
 - al menos un 80% mensual respecto al número de seguidores del mes en cuestión, en el caso de Turismo Castilla-La Mancha y Hospederías de Castilla-La Mancha.
- ✓ Grado de interacción de los usuarios (Engagement) de:
 - al menos un 70% mensual respecto al número de seguidores del mes en cuestión, en el caso de Turismo Castilla-La Mancha y Hospederías de Castilla-La Mancha.
 - entre +3 y 5% de Seguidores, en el perfil de Artesanía de Castilla-La Mancha https://www.instagram.com/artesania_clm.





Castilla-La Mancha

Youtube:

- ✓ Conseguir un crecimiento mensual orgánico:
 - de al menos 40 suscripciones, en perfil de Turismo Castilla-La Mancha https://www.youtube.com/@turismo_castillalamancha.
 - al menos +3% de suscripciones, en perfil de Artesanía de Castilla-La Mancha www.youtube.com/@artesaniadecastilla-lamanc3579
- ✓ Grado de interacción de los usuarios (Engagement) de
 - al menos un 60% mensual respecto al número de seguidores del mes en cuestión, en el caso de Turismo Castilla-La Mancha.
 - al menos entre +3 y 7% mensual respecto al número de seguidores del mes en cuestión, en el caso de Artesanía de Castilla-La Mancha.

Además , la empresa adjudicataria tendrá que detectar los "influencers" para cada uno de los perfiles sociales y gestionar la respuesta de menciones, supervisar las menciones y noticias otros "stakeholders", así como gestionar la viralización de los contenidos.

3.6. Cantidades y frecuencias de publicación

Facebook:

- ✓ Generar un mínimo de 5 posts a la semana con un máximo de 2 diarios en perfil <https://www.facebook.com/TurismoCLM> con contenidos asociados a la marca "Turismo de Castilla-La Mancha".
- ✓ Generar un mínimo de 4 posts en perfil de Hospederías Castilla-La Mancha <https://www.facebook.com/hospederiasclm> . Se generarán en inglés y castellano dirigidos a cada segmento de mercado. También se tendrá que interactuar con la comunidad de seguidores, dando respuesta tanto a los comentarios que surjan en las publicaciones de los posts como a los mensajes privados que reciba la red social.
- ✓ Publicar un mínimo de 5 posts imágenes a la semana y stories según necesidades (tanto de contenido propio como contenido compartido) en el perfil <https://www.facebook.com/clm.film> con contenidos asociados a la marca "Castilla-La Mancha Film Commission" Se generarán en inglés y castellano dirigidos a cada segmento de mercado. También se tendrá que interactuar con la comunidad de seguidores dando respuesta tanto a los comentarios que surjan en las publicaciones de los posts como a los mensajes privados que reciba la red social.
- ✓ Generar un mínimo de 3 posts a la semana en perfil de Artesanía de Castilla-La Mancha <https://www.facebook.com/ArtesaniaCastillaLaMancha>.
- ✓ Generar un mínimo de 3 posts a la semana, con un máximo de 5, en perfil de Raíz





Castilla-La Mancha

eturia clm

Culinaria <https://www.facebook.com/raizculinaria.castillalamancha/>, con contenidos asociados a chefs embajadores, restaurantes embajadores y eventos relativos a la marca

X:

- ✓ Publicar un mínimo de 5 tweets a la semana con un máximo de 3 diarios en perfil de Turismo Castilla-La Mancha <https://x.com/turismoclm> con contenidos asociados a la marca "Turismo de Castilla-La Mancha". Se generarán en inglés y castellano dirigidos a cada segmento de mercado. También se tendrá que interactuar con la comunidad de seguidores dando respuesta tanto a los comentarios que surjan en las publicaciones de los posts como a los mensajes privados que reciba la red social.

Instagram:

- ✓ Publicar un mínimo de 5 posts imágenes a la semana y stories según necesidades (tanto de contenido propio como contenido compartido) en el perfil <https://www.instagram.com/turismocastillalamancha/> con contenidos asociados a la marca "Turismo de Castilla-La Mancha".
- ✓ Generar un mínimo de 4 posts en perfil de Hospederías Castilla-La Mancha <https://www.instagram.com/hospederiasclm/>. Se generarán en inglés y castellano dirigidos a cada segmento de mercado. También se tendrá que interactuar con la comunidad de seguidores dando respuesta tanto a los comentarios que surjan en las publicaciones de los posts como a los mensajes privados que reciba la red social.
- ✓ Publicar un mínimo de 5 posts imágenes a la semana y stories según necesidades (tanto de contenido propio como contenido compartido) en el perfil https://www.instagram.com/clm_fc con contenidos asociados a la marca "Castilla-La Mancha Film Commission" Se generarán en inglés y castellano dirigidos a cada segmento de mercado. También se tendrá que interactuar con la comunidad de seguidores dando respuesta tanto a los comentarios que surjan en las publicaciones de los posts como a los mensajes privados que reciba la red social.
- ✓ Publicar un mínimo de 3 publicaciones a la semana en el perfil de Artesanía de Castilla-La Mancha https://www.instagram.com/artesania_clm.
- ✓ Publicar un mínimo de 3 posts... imágenes /carruseles/ reels a la semana, en el perfil <https://www.instagram.com/raiz.culinaria>, con contenidos asociados a chefs embajadores, restaurantes embajadores y eventos relativos a la marca

Youtube:

Eturia clm
Empresa Pública de Promoción
del Turismo y la Artesanía de
Castilla-La Mancha S.A.U.

Calle Dinamarca, 2, 45005, Toledo

+34 925 24 60 54
info@eturiaclm.es





Castilla-La Mancha

eturia clm

- ✓ Actualización de los contenidos integrados al perfil y edición de material según ETURIA CLM vaya proporcionando nuevos videos para su incorporación en el canal.
- ✓ Publicar un mínimo de 3 vídeos cada mes https://www.youtube.com/@turismo_castillalamancha
- ✓ Publicar un mínimo de 2 vídeos cada mes <https://www.youtube.com/@castilla-lamanchafilmcommi6814>
- ✓ En el caso de no contar con material para publicar la empresa aportará ideas y soluciones para no perder visibilidad en este canal.

Tik Tok:

- ✓ En el caso de las cuentas de Tik Tok de “Turismo Castilla-La Mancha”, “Raiz Culinaria Castilla-La Mancha” y “Artesanía de Castilla-La Mancha”, exclusivamente se compartirán los vídeos que la cuenta de Tik Tok de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha promocióne sobre cada sector.

3.7. Escucha activa

La empresa contratista llevará a cabo tareas de seguimiento de escucha activa tanto en tiempo real, con herramientas propias, como en diferido con el sistema de escucha activa propio de ETURIA CLM en coordinación con la persona designada por ETURIA CLM.

Se generará un informe trimestral específico de escucha activa incluyendo el análisis de esta para cada una de las redes sociales objeto del contrato.

3.8. Contenidos promocionados (Social Adds)

Con el fin de captar más seguidores, especialmente en los mercados extranjeros, se destinará una partida de un mínimo del 15% del presupuesto mensual para posts promocionados o publicidad en las plataformas. Este servicio implica la elaboración de una propuesta mensual donde la creatividad tiene que estar incluida si es necesaria y que se presentará con dos semanas de antelación.

3.9. Evaluación de resultados

Se llevará a cabo a través de lo que se conoce como IOR (Impact Of Relationship), es decir, el impacto en las relaciones. Los resultados serán las relaciones adquiridas y el impacto de la presencia de las marcas objeto de promoción en los medios sociales. El IOR forma parte de la medición en términos cuantitativos del conocido como ROI (Return Of Investment) o retorno de la inversión dentro del análisis general de la inversión realizada en marketing.

La medición de los resultados comporta un seguimiento más exhaustivo y permanente que se medirá a través de 4 variables:

- Las menciones recibidas a otros medios fuera de los propios perfiles sociales y de la web oficial, indicando a qué medios digitales aparecen, cantidad de comentarios





Castilla-La Mancha



en blogs, diarios, webs de noticias, menciones de éxito, recomendaciones, favoritos...etc.

- Influencia en los medios sociales (cantidad de suscriptores, nuevos suscriptores, etc.).
- Participación de los seguidores (comentarios en Facebook, X, Retweets, votaciones en YouTube...etc.).
- Tráfico generado hacia las webs de las marcas de promoción (monitorización del tráfico, RSS, Google Analytics, etc.). Por este motivo será imprescindible que todos los contenidos que enlacen con los sitios web de Turismo Castilla-La Mancha, Raíz Culinaria, Hospederías de Castilla-La Mancha, Castilla-La Mancha Film Commission y Legado Artesano, sigan las normas de parametrización establecidas por ETURIA CLM.

La evaluación de resultados se llevará a cabo mediante:

- Informe de seguimiento de KPI's mensual acompañado de una memoria ilustrada y descriptiva de lo que se haya ejecutado con un apartado de conclusiones y mejoras a realizar.
- Informes de medición, seguimiento y gestión de la ejecución del contrato para cada una de las reuniones que el Equipo Director estime oportuno, establecido en la cláusula 4.3 del presente pliego.

4. GESTIÓN DEL CONTRATO

4.1. Modelo de gestión del contrato.

Con el objetivo de definir correctamente los tiempos de ejecución y estructurar adecuadamente las tareas a realizar, se llevarán a cabo las siguientes fases:

Iniciación y análisis

Inicio formal del contrato donde será necesario analizar el alcance del nuevo contrato: mercados, segmentos y los riesgos que conlleva, así como definir el coste económico de las diferentes propuestas y los plazos más adecuados para llevarlo a cabo.

Planificación y programación

Se procurará detallar al máximo las tareas y recursos que se necesitarán. En esta fase se adaptará y validará el plan de trabajo a seguir.



Es la fase donde se ejecutarán los trabajos planificados: Ejecución de las tareas planificadas, gestión de las peticiones de cambio.

De forma paralela a esta fase, es necesario realizar un seguimiento y control mensual del contrato que velará por el cumplimiento de la planificación y la calidad del trabajo realizado, de forma que se detecten las desviaciones antes de que se conviertan en un problema para el éxito del proyecto.

Seguimiento y control del trabajo

En esta fase se realizarán esencialmente las siguientes actividades: seguimiento de tareas e hitos planificados, gestión de entregables, gestión de incidencias, generación de informes de seguimiento.

Cierre del contrato

En esta fase se finalizarán las tareas a realizar por parte de todos los actores involucrados, se llevará a cabo el análisis de los resultados en cuanto a las estimaciones iniciales y se hará entrega de toda la documentación requerida.

4.2. Dirección del contrato

La dirección del contrato recaerá en la persona que determine la dirección de ETURIA CLM. Sus funciones en relación a la prestación de los servicios del presente contrato serán, entre otros, los siguientes:

- Velar por el cumplimiento de los servicios exigidos y ofrecidos.
- Valorar, priorizar, diligenciar y validar las acciones y trabajos a realizar.
- Gestionar el alcance del contrato y aprobar los cambios que puedan surgir durante su ejecución.
- Dar visto bueno a las diferentes acciones que se lleven a cabo.
- Aprobar o rechazar la sustitución del personal dedicado al contrato.
- Preparar la recepción y la liquidación del contrato.

El control de las tareas se realizará mediante la dirección del contrato o a través de la persona que este designe.

La empresa adjudicataria designará una persona que representará a su dirección y será el interlocutor principal con la dirección del contrato, a efectos de gestionar el correcto desarrollo de las tareas a realizar.





Castilla-La Mancha



De forma periódica la dirección del contrato convocará reuniones de seguimiento del proyecto. Se podrán convocar a otras personas a las reuniones cuando se considere necesario.

4.3. Control y seguimiento

ETURIA CLM creará un comité de seguimiento formado por personas que controlarán los aspectos técnicos y funcionales del contrato.

El objetivo de este comité será el de revisar periódicamente la evolución del contrato. A tal efecto se llevarán a cabo las tareas de revisión que el comité estime adecuados, especialmente para comprobar si el adjudicatario está cumpliendo con los objetivos establecidos. El comité podrá reunirse siempre que lo considere necesario.

Este comité tiene la facultad de establecer las directrices oportunas para conseguir los objetivos y proponer las modificaciones pertinentes en la continuación o suspensión del servicio, con pleno sometimiento a la normativa vigente en materia de contratación.

El adjudicatario se compromete a la ejecución de las tareas y acciones necesarias para cumplir la planificación y calendario de acciones propuestas de igual forma a las tareas de análisis y seguimiento necesarias para cada tipo de acción, de forma que se obtengan informes periódicos mensuales de impacto, seguimiento de indicadores y cuadro de mando y se puedan llevar a cabo acciones correctivas en caso necesario.

Por eso, los licitadores tendrán que presentar en sus ofertas la metodología, las herramientas que serán utilizadas durante el contrato para realizar las labores de seguimiento, así como el sistema de indicadores que midan el impacto de cada tipo de acción.

Una vez aprobado por parte de ETURIA CLM los elementos, creatividades y la planificación de las diferentes acciones, el adjudicatario tendrá que:

- Ejecutar todas aquellas tareas de análisis, configuración, gestión y seguimiento de todas las acciones propuestas y aprobadas.
- El adjudicatario asumirá las tareas de control y seguimiento de todas las acciones, asumiendo la correcta ejecución de la difusión y el pago de los medios o apoyos contratados.
- El adjudicatario durante la duración del contrato elaborará informes mensuales con las KPI'S, las actividades desarrolladas y los resultados obtenidos según el cuadro de mando establecido por ETURIA CLM.
- El adjudicatario tendrá que proponer, en el supuesto de que se estimara necesario, las acciones correctivas que permitan mejorar el impacto de las acciones.
- El adjudicatario tendrá que formar o proporcionar formación al personal de ETURIA CLM, destinado al control de la ejecución del contrato, en el uso de las herramientas de medición que sean empleadas. La formación tendrá que ser atendida cuando ETURIA CLM lo estime oportuno.





Así mismo, la empresa adjudicataria proveerá de un servicio permanente de emergencia 24 horas para información y apoyo, incluso domingos y festivos facilitando para tal servicio un número de teléfono.

5. EQUIPO DE TRABAJO

5.1. Propuesta de equipo de trabajo

El equipo profesional adscrito a la ejecución del contrato tendrá que estar formado por un equipo principal, necesario y mínimo, además de otros profesionales que, según el parecer de los licitadores, aporten una mayor capacidad de actuación. La dedicación de cada uno de los profesionales que se establezca por el licitador en su oferta, será vinculante a efectos de la ejecución de los servicios objeto de contratación.

Este personal contará con las competencias, conocimientos y calificaciones necesarias según la normativa vigente, su designación tendrá que ser aprobada por la dirección del Contrato, quien durante su vigencia podrá solicitar su relevo o sustitución.

Los licitadores tendrán que describir en sus ofertas el equipo de trabajo propuesto para la prestación del servicio, basándose en los perfiles profesionales detallados en el punto 6.2 de estos pliegos.

En la documentación presentada se tendrá que incluir:

- Perfiles profesionales que forman parte del equipo de trabajo.
- Funciones específicas de cada uno de los perfiles.
- Currículum de los perfiles propuestos.

La falsedad en el nivel de conocimientos técnicos de los perfiles que se incorporen, deducida del contraste entre la información especificada en la oferta y los conocimientos reales demostrados en la ejecución de los trabajos, implicará la no facturación de los trabajos realizados en estas condiciones y la sustitución del mismo y, si procede, la resolución del contrato.

Además, en caso de que sea necesario realizar una sustitución de un recurso, el licitador se compromete a reemplazarlo por otro de igual perfil en un plazo no superior a 15 días laborables.

5.2. Perfiles profesionales

Para garantizar la prestación de los servicios mencionados anteriormente, y sin perjuicio que se necesite la intervención de otros perfiles profesionales de forma puntual, la estructura mínima profesional de la empresa tendrá que incluir los siguientes servicios (mínimo de dos componentes en el equipo):





Castilla-La Mancha

eturia clm

- Un director de proyecto con perfil senior: experto en comunicación estratégica y redes sociales con contrastada experiencia multimedia y en la generación de contenidos, gestión de redes sociales, con capacidad de liderazgo y gestión de equipos. Tendrá que tener al menos 2 años de experiencia en gestión de proyectos de marketing digital en redes sociales.
- Un Community Manager: con amplio conocimiento y manejo de redes sociales, capacidad de generar contenido, habilidades para implementar una estrategia de investigación de prescriptores, posicionamiento y promoción. También tendrá que tener competencias en la gestión de crisis de comunicación y conocimientos en escucha activa. Tendrá que tener al menos 2 años de experiencia en gestión de proyectos de marketing digital en redes sociales.

El contratista tendrá que presentar los currículums vitae y los títulos acreditativos de las titulaciones aportadas de las personas que formarán el equipo destinado al servicio, que se tendrán que incluir en el sobre correspondiente a la documentación administrativa.

Al margen de estos perfiles, la empresa adjudicataria tendrá que tener la capacidad de poner al servicio de necesidades específicas del proyecto otros perfiles y recursos humanos y técnicos de manera puntual.

6. DOCUMENTACIÓN A ENTREGAR DURANTE LA EJECUCIÓN DEL CONTRATO

En el marco de la ejecución del objeto del contrato, se producirá un intercambio documental que garantice la correcta ejecución de este, elaborándose los documentos siguientes:

- A. Propuesta en la que se incluyan las acciones que se llevarán a cabo para cada plataforma y mercado siguiendo los objetivos establecidos en este pliego y con la siguiente información:
- mercados donde se desarrollarán.
 - idiomas empleados.
 - público objetivo.
 - características específicas.
 - contenidos a generar o a adaptar según lo expuesto a los puntos 3.2 y 3.6, de estos pliegos.
- B. Calendario de edición semanal con una **antelación mínima de dos semanas** para poder realizar las modificaciones convenientes, ajustar los contenidos y dar su aprobación para su publicación. El calendario tendrá que incluir la siguiente información:
- Publicaciones integrales (textos e imágenes/videos) a realizar en los diferentes perfiles.
 - Temáticas/Productos y oclotipos asociados.
 - El calendario se presentará en castellano y una vez aprobado se presentará, en su caso, en inglés.





C. Propuesta mensual de contenidos promocionados que incluirá:

- publicaciones integrales (textos e imágenes/videos) a realizar en los diferentes perfiles.
- mercados donde se desarrollarán.
- idiomas empleados.
- público objetivo.
- características específicas.
- contenidos a generar o a adaptar según el expuesto en su punto 3.2 y 3.6.
- presupuesto.

D. Informe de seguimiento de KPI's mensual acompañado de una memoria ilustrada y descriptiva de lo que se haya ejecutado acompañado de un apartado de conclusiones y mejoras a llevar a cabo si procede.

E. Informes de medición, seguimiento y gestión de la ejecución del contrato para cada una de las reuniones que el Equipo Director estime oportuno, establecido en la cláusula 4.3 del presente pliego.

F. Plan de gestión de crisis en Social Media. En el supuesto de que se produzca una crisis, se solicitará un análisis e informe de su resolución que incluya el conjunto de acciones que se han llevado a cabo.

En el supuesto de que la empresa adjudicataria detectara alguna noticia negativa, alguna crisis o algún ataque, que pudiera afectar de manera contraria a los intereses de ETURIA CLM o ir contra el objeto del presente contrato, esta tendrá que informar inmediatamente y apoyar a ETURIA CLM o al gabinete de prensa de la Consejería de Economía, Empresas y Empleo de Castilla-La Mancha en la elaboración y aplicación de planes y medidas de contingencia.

En caso de que se presente una situación de crisis, ETURIA CLM podrá solicitar a la empresa adjudicataria alguno de los siguientes servicios:

- Atender oportunamente situaciones que afecten la imagen de ETURIA CLM o de Castilla-La Mancha.
- Identificar y reportar de manera oportuna las variables de riesgo para ETURIA CLM o Castilla-La Mancha.
- Elaborar un protocolo genérico de acciones de comunicación ante situaciones de crisis.
- Cuando ETURIA CLM lo solicite, elaborar y enviar una monitorización especial sobre las situaciones críticas.





Castilla-La Mancha



- Emitir una recomendación de acciones que permitan tanto dar atención, como minimizar el impacto y contrarrestar la imagen negativa de ETURIA CLM o del destino ante la opinión pública.

G. Informe anual ilustrado de resultados de la ejecución del objeto del contrato en el cual se describan los objetivos conseguidos y de forma específica los resultados que han generado cada uno de los perfiles sociales, así como propuestas a realizar o recomendaciones a seguir en el futuro.

Toda la documentación generada durante la ejecución del objeto de contratación se entregará en formato electrónico compatible para su tratamiento editado en castellano.

Así mismo, el adjudicatario aportará a la finalización de los trabajos un entregable en apoyo informático que incluya todos y cada uno de los entregables, trabajos intermedios y documentación generados durante la ejecución del objeto de contratación.

También el adjudicatario presentará todos aquellos informes que el comité de seguimiento establecido por ETURIA CLM estime oportuno para la buena ejecución de los objetivos objeto de este contrato.

7. DERECHOS DE PROPIEDAD (PROPIEDAD INDUSTRIAL E INTELECTUAL)

Los derechos de propiedad de todos los contenidos, así como, todas las acciones realizadas por la entidad adjudicataria en nombre de ETURIA CLM, la Consejería de Economía, Empresas y Empleo del Gobierno de Castilla-La Mancha y/o el destino en general, serán propiedad de ETURIA CLM.

8. FECHA DE INICIO ESTIMADA Y PLAZO DE DURACIÓN DEL CONTRATO

La duración del contrato será de 12 meses, con una posible prórroga de otros 12 meses:

- Fecha estimada de inicio: 01/12/2024
- Fecha estimada de finalización: 30/11/2025

En caso de ejecutarse la prórroga, ésta tendría los siguientes plazos:

- Fecha estimada de inicio: 01/12/2025
- Fecha estimada de finalización: 30/11/2026

En Toledo, al día de la firma digital
El Órgano de Contratación de ETURIA CLM

Fdo.: Ana Isabel Fernández Samper

Eturia clm
Empresa Pública de Promoción
del Turismo y la Artesanía de
Castilla-La Mancha S.A.U.

Calle Dinamarca, 2, 45005, Toledo

+34 925 24 60 54
info@eturiaclm.es

