



Nº DE EXPEDIENTE: SP21-00122

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARTICULARES PARA LA CONTRATACIÓN DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIO DE ACTUALIZACIÓN Y GESTIÓN DE CONTENIDOS DE LAS PÁGINAS WEB Y PERFILES EN REDES SOCIALES DE MATADERO MADRID ASÍ COMO OTRAS ACCIONES DE APOYO A LA COMUNICACIÓN DEL CENTRO, A ADJUDICAR MEDIANTE PROCEDIMIENTO ABIERTO.

ÍNDICE

1.	INTRODUCCIÓN.....	2
2.	REQUERIMIENTOS TÉCNICOS MÍNIMOS DEL SERVICIO.....	2
3.	CALENDARIO DE TRABAJO.....	146
4.	RESPONSABLE DEL SERVICIO/SUSTITUTO.....	6
5.	OBLIGACIONES LABORALES Y SOCIALES.....	15
6.	CLÁUSULAS SOCIALES DE OBLIGADO CUMPLIMIENTO.....	15
7.	SOLICITUD DE INFORMACIÓN.....	8



Nº DE EXPEDIENTE: SP21-00122

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARTICULARES PARA LA CONTRATACIÓN DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE ACTUALIZACIÓN Y GESTIÓN DE CONTENIDOS DE LAS PÁGINAS WEB Y PERFILES EN REDES SOCIALES DE MATADERO MADRID ASÍ COMO OTRAS ACCIONES DE APOYO A LA COMUNICACIÓN DEL CENTRO A ADJUDICAR MEDIANTE PROCEDIMIENTO ABIERTO.

1. INTRODUCCIÓN.

La sociedad mercantil municipal Madrid Destino Cultura Turismo Negocio, S.A., (en adelante, Madrid Destino) tiene, entre otros objetivos, la gestión de programas y actividades culturales, formativas y artísticas, la organización, apoyo y difusión de las mismas, la prestación de todos los servicios e infraestructuras integrantes o complementarios de estos programas y actividades, la gestión de cualesquiera centros, espacios, recintos, dependencias y/o servicios culturales, cuya gestión le fuera encomendada temporal o indefinidamente, o cuyo uso le fuera cedido por el Ayuntamiento de Madrid, incluida la contratación y ejecución de las obras, instalaciones, servicios y suministros para los mismos, la gestión de las políticas municipales de promoción e información turística de la Ciudad de Madrid, la proyección de su imagen a nivel nacional e internacional y la gestión y explotación de los derechos de propiedad intelectual derivados de las obras susceptibles de generar tales derechos resultantes de las anteriores actividades, así como la prestación por cuenta propia o ajena de todo tipo de servicios relacionados con la organización, dirección, producción y administración de eventos, ya sean deportivos, exposiciones, congresos, convenciones, seminarios, ferias, y cualquier otro evento de naturaleza similar.

Desde 2012, Matadero Madrid fue cedido en régimen de gestión directa a Madrid Destino, Cultura, Turismo y Negocio, empresa pública del Ayuntamiento de Madrid. Entre los objetivos de este centro se encuentra la difusión del trabajo de los creadores y de todas las actividades relacionadas con su programación. Parte fundamental de esa tarea es la publicación y difusión de sus actividades tanto en su página web, como en redes sociales, como en otros soportes de difusión impresos y medios. Son las herramientas que permiten potenciar la difusión de la actividad cultural de forma que la información sobre las diferentes propuestas programadas alcance a un número mayor y más diverso de públicos, incrementándose así los niveles de asistencias, además de contribuir al desarrollo y la consolidación de la identidad de cada uno de estos espacios, como al fomento de la interacción con los ciudadanos y visitantes.

A estos efectos, Madrid Destino está llevando a cabo el correspondiente procedimiento de contratación conforme al cual se solicita a las empresas del sector que presenten sus mejores ofertas para llevar a cabo el trabajo de servicios de actualización y gestión de contenidos en inglés y español de la página web de Matadero Madrid y sus respectivos perfiles en redes sociales. Además, se solicita la gestión del sistema de email marketing y trabajos de apoyo a la comunicación.

2. REQUERIMIENTOS TÉCNICOS MÍNIMOS DEL SERVICIO.

La necesidad de que las proposiciones de las empresas licitadoras se adecúen a los requisitos exigidos con carácter de mínimos obligatorios en los pliegos, obedece a la propia finalidad de la contratación que se quiere llevar a cabo y a las necesidades que con ella se pretende satisfacer. En consecuencia, las ofertas de las empresas que no los cumplan, no pueden ser objeto de valoración y, por tanto, serán excluidas de la licitación.



2.1. Objeto del contrato.

Servicio de actualización y gestión de contenidos de las páginas web y perfiles en redes sociales de Matadero Madrid así como otras acciones de apoyo a la comunicación que cubrirá las siguientes necesidades:

1/ TAREAS

a/ Gestión de la web, redes sociales, email marketing y apoyo a la comunicación de Matadero Madrid y Centro de residencias artísticas

Gestión Web Matadero Madrid

- Actualización diaria de los contenidos de la página web (textos, imágenes y vídeos) que incluye:
 - Actividades elaboradas desde Oficina de Coordinación, Centro de residencias artísticas, Intermediae Matadero y Cineteca Madrid.
 - Actividades elaboradas por los socios públicos y privados del centro: Naves del Español en Matadero Madrid, Central de Diseño, AVAM y Casa del Lector
 - Actividades acogidas por el centro en función de diferentes acuerdos institucionales.
- Actualización diaria de los contenidos destacados de la home.
- Actualización de Mediateca. Publicación de contenidos a las plataformas Flickr, Ivoox, Vimeo, Issuu, Spotify y Youtube y posterior integración de los contenidos en la Mediateca digital.
- Actualización de contenidos de la sala de prensa, publicación de notas, imágenes y vídeos.
- Redacción y publicación de contenidos editoriales (noticias, crónicas, reportajes o entrevistas) sobre actividades o información de actualidad de Matadero (Máx. 5 por semana).
- Coordinación de la retransmisión en la página web de actividades en streaming, inclusión del código proporcionado por el proveedor designado por Matadero y supervisión de la correcta emisión del evento.
- Monitorización del site y elaboración de informes mensuales de evaluación sobre las siguientes KPIs:
 - Tráfico, Audiencia, Adquisición y Comportamiento

Gestión Email Marketing Matadero Madrid

- Elaboración de plan estratégico anual de Email Marketing.
- Elaboración y envío de newsletter de programación (máximo 5 al mes).
- Elaboración y envío de invitaciones digitales a eventos, actividades o convocatorias específicas de Matadero Madrid (máximo de 8 al mes).
- Monitorización y elaboración de informes mensuales de evaluación del envío de las newsletters e invitaciones digitales sobre las siguientes KPIs
 - Aperturas totales / Clics / Desubscripciones / Ratio de apertura / Ratio de clics / Tasa de rebote / Tasa de desubscripciones

Gestión de perfiles en redes sociales Matadero Madrid

Redes y plataformas: Facebook, Twitter, Instagram, Vimeo, Youtube, Flickr, Issuu, Ivoox, Spotify

- Plan estratégico anual de comunicación en RRSS incluyendo plan de captación de públicos objetivo y asesoramiento en la definición y desarrollo de estrategia en RRSS.
- Gestión de crisis. Protocolo de actuación.
- Desarrollo de calendarios mensuales editoriales independientes para cada RRSS combinando contenidos de programación, editorial y de servicios.
- Mantenimiento diario de las redes en días laborables y en fin de semana:



- Facebook: mínimo dos publicaciones al día, creación de eventos y seguimiento y respuesta a mensajes directos.
- Twitter: mínimo dos publicaciones al día, retuits y seguimiento y respuesta a menciones y mensajes directos.
- Instagram: mínimo una publicación al día en Feed y dos publicaciones al día en stories, seguimiento y respuesta a mensajes directos.
- Cobertura directa (foto y vídeo) de actividades en el centro (talleres, encuentros, ruedas de prensa, inauguraciones, conciertos) para la obtención de recursos gráficos y emisión en directo. Máximo 5 actividades al mes.
- Desarrollo de contenidos y diseño de creativities en base al material facilitado por el centro siguiendo siempre la identidad corporativa y con la supervisión del centro.
- Estrategia de publicidad en RRSS y asesoramiento en la redacción de briefing para dos campañas especiales anuales.
- Elaboración de campañas para programas y proyectos específicos o patrocinados. Se solicitará la generación de un informe de estrategia y la propuesta de ejecución y dinamización en el resto de perfiles de Matadero Madrid (máximo 2 campañas al mes).
- Informes de seguimiento mensuales e informe semestral de evaluación. Las entregas de los informes mensuales se realizarán antes del día 5 de cada mes. Los informes semestrales se entregarán antes del día 15 de julio (comprenderá el periodo entre enero y junio) y antes del 15 de enero (comprenderá el periodo entre julio y diciembre). Los informes deben consignar las siguientes KPIs:
 - TWITTER
 - Resumen mensual: Tamaño actual de la audiencia (nº total de seguidores) / Nuevos seguidores respecto al mes anterior / Nº de tuits / Impresiones de tuits / Visitas al perfil / Menciones
 - Destacados: Tuit principal / Mención principal / Tuit con contenido multimedia principal / Seguidor principal
 - Tuits: Clics en el enlace / Retuits / Me gusta / Respuesta / Promedio por día de cada baremo
 - Publicaciones destacadas: 3 tuits con más impresiones / 3 tuits con mayor interacción
 - Posibles crisis a destacar y la solución por la que se optó
 - Conclusiones
 - FACEBOOK
 - Audiencia: Tamaño actual (nº total de seguidores) / Nuevos seguidores respecto al mes anterior
 - Publicaciones: Nº de publicaciones / Nº de impresiones / Publicación con mayor alcance / Publicación con mayor interacción
 - Publicaciones destacadas: 3 posts con más impresiones / 3 posts con mayor interacción
 - Alcance: Rendimiento del alcance total medio en comparación con el periodo anterior.
 - Interacción: Nº de reacciones / comentarios / veces compartido
 - Posibles crisis a destacar y la solución por la que se optó
 - Conclusiones
 - INSTAGRAM
 - Audiencia: nº de seguidores actuales / nº de seguidores ganados respecto al mes anterior
 - Publicaciones: Nº de Posts / Publicación con mayor alcance / Interacciones / Nº de Me Gusta / Nº de comentarios
 - Publicaciones destacadas: 3 posts con más impresiones / 3 posts con mayor interacción
 - Alcance: Publicación con mayor alcance / Storie con mayor alcance



- Stories: N° de stories / N° de vistas en las stories
- Posibles crisis a destacar y la solución por la que se optó
- Conclusiones

Gestión de perfiles en redes sociales Centro de Residencias Artísticas

Redes: Facebook, Instagram

- Plan estratégico anual de comunicación en RRSS incluyendo plan de captación de públicos objetivo y asesoramiento en la definición y desarrollo de estrategia en RRSS.
- Gestión de crisis. Protocolo de actuación.
- Desarrollo de calendarios mensuales editoriales independientes para cada red social, combinando los contenidos culturales del centro y la oferta de actividades y servicios.
- Mantenimiento diario de las redes en días laborables y en fin de semana:
 - Facebook: mínimo dos publicaciones al día, creación de eventos y seguimiento y respuesta a mensajes directos.
 - Instagram: mínimo una publicación al día en Feed y dos publicaciones al día en stories, seguimiento y respuesta a mensajes directos.
- Cobertura directa (foto y vídeo) de actividades en el centro (talleres, encuentros, ruedas de prensa, inauguraciones, conciertos). Máximo 5 actividades al mes.
- Desarrollo de contenidos y diseño de creativities en base al material facilitado por el centro siguiendo siempre la identidad corporativa y con la supervisión del centro.
- Cobertura directa de actividades para la obtención de recursos gráficos y emisión en directo. Máximo 5 actividades al mes.
- Informes de seguimiento mensuales e informe anual de evaluación sobre las siguientes KPIs. Las entregas de los informes mensuales se realizarán antes del día 5 de cada mes. El informe anual se entregará antes del día 15 de enero del año en curso.
 - FACEBOOK
 - Audiencia: Tamaño actual (n° total de seguidores) / Nuevos seguidores respecto al mes anterior
 - Publicaciones: N° de publicaciones / N° de impresiones / Publicación con mayor alcance / Publicación con mayor interacción
 - Publicaciones destacadas: 3 posts con más impresiones / 3 posts con mayor interacción
 - Alcance: Rendimiento del alcance total medio en comparación con el periodo anterior.
 - Interacción: N° de reacciones / comentarios / veces compartido
 - Posibles crisis a destacar y la solución por la que se optó
 - Conclusiones
 - INSTAGRAM
 - Audiencia: n° de seguidores actuales / n° de seguidores ganados respecto al mes anterior
 - Publicaciones: N° de Posts / Publicación con mayor alcance / Interacciones / N° de Me Gusta / N° de comentarios
 - Publicaciones destacadas: 3 posts con más impresiones / 3 posts con mayor interacción
 - Alcance: Publicación con mayor alcance / Storie con mayor alcance
 - Stories: N° de stories / N° de vistas en las stories
 - Posibles crisis a destacar y la solución por la que se optó
 - Conclusiones

Apoyo en comunicación Matadero Madrid



- Asistencia en ruedas de prensa
- Edición de contenidos para la emisión de la programación de Matadero en las pantallas situadas en el punto de información:
 - Recopilación de la información suministrada por Matadero (texto y fotos) y los distintos programas e instituciones que lo integran.
 - Edición y traslado de la misma al diseñador designado por Matadero para la generación de las creatividades necesarias .
 - Correcciones, revisión y coordinación de la proyección junto a la empresa de mediación designada por Matadero Madrid, supervisados por el equipo de comunicación del centro.
 - Supervisión diaria de la adecuación de las creatividades en función de las necesidades de programación del centro
- Edición de programa trimestral impreso.
 - Recopilación de la información suministrada por Matadero Madrid (texto y fotos) y los distintos programas e instituciones que lo integran.
 - Edición y traslado de la misma al diseñador designado por Matadero Madrid.
 - Correcciones, revisión y subida del programa a la web.
- Mantenimiento del archivo fotográfico de Matadero en Flickr, abono de la suscripción anual a la plataforma (importe estimado 70 € + IVA), recopilación y subida de imágenes.
- Mantenimiento del archivo audiovisual de Matadero Madrid en Vimeo, abono de la suscripción anual Pro a la plataforma (importe estimado 70 € + IVA), recopilación y subida de vídeos.
- Mantenimiento del archivo de publicaciones de Matadero en Issuu, abono de la suscripción anual a la plataforma (importe estimado 200 € + IVA), recopilación y subida de imágenes.
- Mantenimiento del archivo de audio de Matadero Madrid en Ivoox, abono de la suscripción anual Pro a la plataforma (importe estimado anual 85 € + IVA), recopilación y subida de vídeos.
- Creación de canal de Matadero Madrid en Youtube y subida del material audiovisual del histórico de Matadero Madrid alojado en Vimeo a la nueva plataforma.

b/ Gestión de redes sociales y email marketing de Cineteca Madrid y gestión de redes sociales, web y email marketing de Documenta Madrid

Gestión de perfiles en redes sociales Cineteca Madrid

Redes: Facebook, Twitter, Instagram, Youtube

- Plan estratégico anual de comunicación en RRSS incluyendo plan de captación de públicos objetivo y asesoramiento en la definición y desarrollo de estrategia en RRSS.
- Gestión de crisis. Protocolo de actuación.
- Desarrollo de calendarios mensuales editoriales independientes para cada RRSS combinando contenidos de programación, editorial y de servicios.
- Mantenimiento diario de las redes en días laborables y en fin de semana:
 - Facebook: mínimo dos publicaciones al día, creación de eventos y seguimiento y respuesta a mensajes directos.
 - Twitter: mínimo dos publicaciones al día, retuits y seguimiento y respuesta a menciones y mensajes directos.
 - Instagram: mínimo una publicación al día en Feed y dos publicaciones al día en stories, seguimiento y respuesta a mensajes directos.
- Cobertura directa (foto y vídeo) de actividades en el centro (talleres, encuentros, ruedas de prensa, inauguraciones, conciertos). Máximo 5 actividades al mes.
- Desarrollo de contenidos y diseño de creatividades en base al material facilitado por el centro siguiendo siempre la identidad corporativa y con la supervisión del centro.
- Desarrollo de contenidos audiovisuales. Grabación y edición de 4 vídeos profesionales de 1 minuto de duración al mes, entregados en un plazo máximo de 5 días laborables desde su grabación.



- Cobertura directa de actividades para la obtención de recursos gráficos y emisión en directo. Máximo 5 actividades al mes.
- Estrategia de publicidad online y asesoramiento en la redacción de briefing para dos campañas especiales anuales.
- Elaboración de campañas para programas o proyectos específicos. Se solicitará la generación de un informe de estrategia y la propuesta de ejecución y dinamización (máximo 2 al mes).
- Elaboración de campañas específicas para programas o proyectos patrocinados. Se solicitará la generación de informe de estrategia y propuesta de ejecución y coordinación con los patrocinadores o socios del proyecto (máximo 2 al mes).
- Mantenimiento del archivo audiovisual de Cineteca Madrid en Youtube, recopilación y subida de vídeos.
- Informes de seguimiento mensuales e informe anual de evaluación sobre las siguientes KPIs. Las entregas de los informes mensuales se realizarán antes del día 5 de cada mes. El informe anual se entregará antes del día 15 de enero del año en curso.
 - TWITTER
 - Resumen mensual: Tamaño total de la audiencia (nº de seguidores actuales) / Nuevos seguidores respecto al mes anterior / Nº de tuits / Impresiones de tuits / Visitas al perfil / Menciones
 - Destacados: Tuit principal / Mención principal / Tuit con contenido multimedia principal / Seguidor principal
 - Tuits: Clics en el enlace / Retuits / Me gusta / Respuesta / Promedio por día de cada baremo
 - Publicaciones destacadas: 3 tuits con más impresiones / 3 tuits con mayor interacción
 - Posibles crisis a destacar y la solución por la que se optó
 - Conclusiones
 - FACEBOOK
 - Audiencia: Tamaño actual de la audiencia (nº total de seguidores) / Seguidores ganados respecto al mes anterior
 - Publicaciones: Nº de publicaciones / Nº de impresiones / Publicación con mayor alcance / Publicación con mayor interacción
 - Publicaciones destacadas: 3 posts con más impresiones / 3 posts con mayor interacción
 - Alcance: Rendimiento del alcance total medio en comparación con el periodo anterior.
 - Interacción: Nº de reacciones / comentarios / veces compartido
 - Posibles crisis a destacar y la solución por la que se optó
 - Conclusiones
 - INSTAGRAM
 - Audiencia: nº de seguidores actuales / nº de seguidores ganados respecto al mes anterior
 - Publicaciones: Nº de Posts / Publicación con mayor alcance / Interacciones / Nº de Me Gusta / Nº de comentarios
 - Publicaciones destacadas: 3 posts con más impresiones / 3 posts con mayor interacción
 - Alcance: Publicación con mayor alcance / Storie con mayor alcance
 - Stories: Nº de stories / Nº de vistas en las stories
 - Posibles crisis a destacar y la solución por la que se optó
 - Conclusiones

Gestión Email Marketing Cineteca Madrid



- Elaboración de plan estratégico anual de Email Marketing.
- Elaboración y envío de las newsletters de programación de Cineteca Madrid (máximo 5 al mes).
- Elaboración y envío de invitaciones digitales a eventos, actividades o convocatorias específicas de Cineteca Madrid (máximo de 5 al mes).
- Monitorización y elaboración de informes mensuales de evaluación del envío de las newsletters e invitaciones digitales sobre las siguientes KPIs
 - Aperturas totales / Clics / Desuscripciones / Ratio de apertura / Ratio de clics / Tasa de rebote / Tasa de desuscripciones

Gestión Web Documenta Madrid

- Actualización de contenidos de la página web tanto en inglés como en español.
- Gestión y actualización de la home.
- Redacción y subida a la web de un máximo de 5 contenidos editoriales al mes sobre una actividad del festival o sobre un tema relacionado con la programación, objetivos y misión de Documenta Madrid. Como contenido editorial se entiende la redacción de noticias, crónicas, reportajes o entrevistas.
- Gestión de contenidos audiovisuales editoriales. Selección, edición, retoque y subida a la web de fotografías y vídeos.
- Gestión de la sala de prensa, subida de contenidos periodísticos, dossiers de prensa, imágenes y vídeos.
- Monitorización del site y elaboración de informes mensuales de evaluación sobre las siguientes KPIs:
 - Tráfico, Audiencia, Adquisición y Comportamiento

Gestión Email Marketing Documenta Madrid

- Elaboración de plan estratégico anual de Email Marketing.
- Elaboración y envío de las newsletters de actualidad de Documenta Madrid (máx 5 al mes).
- Elaboración y envío de invitaciones digitales a eventos, actividades o convocatorias específicas de Documenta Madrid (máximo de 5 al mes).
- Monitorización y elaboración de informes mensuales de evaluación del envío de las newsletters e invitaciones digitales sobre las siguientes KPIs
 - Aperturas totales / Clics / Desuscripciones / Ratio de apertura / Ratio de clics / Tasa de rebote / Tasa de desuscripciones

Gestión de perfiles en redes sociales Documenta Madrid

Redes: Facebook, Twitter, Instagram, Youtube

- Plan estratégico anual de comunicación en RRSS incluyendo plan de captación de públicos objetivo y asesoramiento en la definición y desarrollo de estrategia en RRSS.
- Gestión de crisis. Protocolo de actuación.
- Desarrollo de calendarios mensuales editoriales independientes para cada RRSS combinando contenidos de programación, editorial y de servicios.
- Mantenimiento diario de las redes en días laborables y en fin de semana:
 - Facebook: mínimo dos publicaciones al día, creación de eventos y seguimiento y respuesta a mensajes directos.
 - Twitter: mínimo dos publicaciones al día, retuits y seguimiento y respuesta a menciones y mensajes directos.
 - Instagram: mínimo una publicación al día en Feed y dos publicaciones al día en stories, seguimiento y respuesta a mensajes directos.



- Desarrollo de contenidos y diseño de creatividades en base al material facilitado por el Festival siguiendo siempre la identidad corporativa y con la supervisión del equipo del Festival.
- Cobertura directa (foto y vídeo) de actividades del Festival durante el mes de celebración del festival, así como de los meses inmediatamente anterior y posterior.
- Cobertura directa de actividades para la obtención de recursos gráficos y emisión en directo. Máximo 10 actividades en el mes de celebración del festival.
- Estrategia de publicidad online y asesoramiento en la redacción de briefing para una campaña al año.
- Mantenimiento del archivo audiovisual de Documenta Madrid en Youtube, recopilación y subida de vídeos.
- Informes de seguimiento mensuales e informe anual de evaluación sobre las siguientes KPIs. Las entregas de los informes mensuales se realizarán antes del día 5 de cada mes. El informe anual se entregará antes del día 15 de enero del año en curso.
 - TWITTER
 - Resumen mensual: Tamaño total de la audiencia (nº de seguidores actuales) / Nuevos seguidores respecto al mes anterior / Nº de tuits / Impresiones de tuits / Visitas al perfil / Menciones
 - Destacados: Tuit principal / Mención principal / Tuit con contenido multimedia principal / Seguidor principal
 - Tuits: Clics en el enlace / Retuits / Me gusta / Respuesta / Promedio por día de cada baremo
 - Publicaciones destacadas: 3 tuits con más impresiones / 3 tuits con mayor interacción
 - Posibles crisis a destacar y la solución por la que se optó
 - Conclusiones
 - FACEBOOK
 - Audiencia: Tamaño actual de la audiencia (nº total de seguidores) / Seguidores ganados respecto al mes anterior
 - Publicaciones: Nº de publicaciones / Nº de impresiones / Publicación con mayor alcance / Publicación con mayor interacción
 - Publicaciones destacadas: 3 posts con más impresiones / 3 posts con mayor interacción
 - Alcance: Rendimiento del alcance total medio en comparación con el periodo anterior.
 - Interacción: Nº de reacciones / comentarios / veces compartido
 - Posibles crisis a destacar y la solución por la que se optó
 - Conclusiones
 - INSTAGRAM
 - Audiencia: nº de seguidores actuales / nº de seguidores ganados respecto al mes anterior
 - Publicaciones: Nº de Posts / Publicación con mayor alcance / Interacciones / Nº de Me Gusta / Nº de comentarios
 - Publicaciones destacadas: 3 posts con más impresiones / 3 posts con mayor interacción
 - Alcance: Publicación con mayor alcance / Storie con mayor alcance
 - Stories: Nº de stories / Nº de vistas en las stories
 - Posibles crisis a destacar y la solución por la que se optó
 - Conclusiones

c/ Gestión de redes sociales de Intermediae Matadero

Redes: Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Flickr



- Plan estratégico anual de comunicación en RRSS incluyendo plan de captación de públicos objetivo y asesoramiento en la definición y desarrollo de estrategia en RRSS.
- Gestión de crisis. Protocolo de actuación.
- Desarrollo de calendarios mensuales editoriales independientes para cada RRSS combinando contenidos de programación, editorial y de servicios.
- Mantenimiento diario de las redes en días laborables y en fin de semana:
 - Facebook: mínimo dos publicaciones al día, creación de eventos y seguimiento y respuesta a mensajes directos.
 - Twitter: mínimo dos publicaciones al día, retuits y seguimiento y respuesta a menciones y mensajes directos.
 - Instagram: mínimo una publicación al día en Feed y dos publicaciones al día en stories, seguimiento y respuesta a mensajes directos.
- Cobertura directa (foto y vídeo) de actividades en el centro (talleres, encuentros, ruedas de prensa, inauguraciones, conciertos). Máximo 5 actividades al mes.
- Desarrollo de contenidos y diseño de creativities en base al material facilitado por el centro siguiendo siempre la identidad corporativa y con la supervisión del centro.
- Cobertura directa de actividades para la obtención de recursos gráficos y emisión en directo. Máximo 5 actividades al mes.
- Elaboración de campañas para programas o proyectos específicos. Se solicitará la generación de un informe de estrategia y la propuesta de ejecución y dinamización en el resto de perfiles de Matadero Madrid (máximo 2 al mes).
- Elaboración de campañas específicas para programas o proyectos patrocinados. Se solicitará la generación de informe de estrategia y propuesta de ejecución y coordinación con los patrocinadores o socios del proyecto (máximo 2 al mes).
- Mantenimiento del archivo fotográfico de Intermediae en Flickr, abono de la suscripción anual a la plataforma (importe estimado 70 € + IVA), recopilación y subida de imágenes.
- Mantenimiento del archivo audiovisual de Intermediae en Vimeo, abono de la suscripción anual Pro a la plataforma (importe estimado 70 € + IVA), recopilación y subida de vídeos.
- Informes de seguimiento mensuales e informe anual de evaluación sobre las siguientes KPIs. Las entregas de los informes mensuales se realizarán antes del día 5 de cada mes. El informe anual se entregará antes del día 15 de enero del año en curso.
 - TWITTER
 - Resumen mensual: Tamaño total de la audiencia (nº de seguidores actuales) / Nuevos seguidores respecto al mes anterior / Nº de tuits / Impresiones de tuits / Visitas al perfil / Menciones
 - Destacados: Tuit principal / Mención principal / Tuit con contenido multimedia principal / Seguidor principal
 - Tuits: Clics en el enlace / Retuits / Me gusta / Respuesta / Promedio por día de cada baremo
 - Publicaciones destacadas: 3 tuits con más impresiones / 3 tuits con mayor interacción
 - Posibles crisis a destacar y la solución por la que se optó
 - Conclusiones
 - FACEBOOK
 - Audiencia: Tamaño actual de la audiencia (nº total de seguidores) / Seguidores ganados respecto al mes anterior
 - Publicaciones: Nº de publicaciones / Nº de impresiones / Publicación con mayor alcance / Publicación con mayor interacción
 - Publicaciones destacadas: 3 posts con más impresiones / 3 posts con mayor interacción
 - Alcance: Rendimiento del alcance total medio en comparación con el periodo anterior.



- Interacción: N° de reacciones / comentarios / veces compartido
- Posibles crisis a destacar y la solución por la que se optó
- Conclusiones
- INSTAGRAM
 - Audiencia: n° de seguidores actuales / n° de seguidores ganados respecto al mes anterior
 - Publicaciones: N° de Posts / Publicación con mayor alcance / Interacciones / N° de Me Gusta / N° de comentarios
 - Publicaciones destacadas: 3 posts con más impresiones / 3 posts con mayor interacción
 - Alcance: Publicación con mayor alcance / Storie con mayor alcance
 - Stories: N° de stories / N° de vistas en las stories
 - Posibles crisis a destacar y la solución por la que se optó
 - Conclusiones

2/ Metodología de trabajo

- El contratista deberá establecer una herramienta eficiente para la compartición de los contenidos de comunicación con el equipo de Matadero Madrid y su posterior revisión y aprobación.
- El contratista deberá crear calendarios de contenidos mensuales por programa/institución y canal de comunicación (web, RRSS y newsletters)
- Se realizará una reunión semanal presencial en el centro o por videollamada con el equipo de comunicación de Matadero para revisión de los calendarios de publicaciones.
- Se realizará una reunión trimestral presencial o por videollamada para exposición de plan de trabajo trimestral.
- Se podrán realizar reuniones específicas para la planificación de la estrategia de comunicación digital de grandes eventos o con socios y patrocinadores de los mismos.
- El equipo de comunicación de Matadero Madrid llevará a cabo la supervisión y coordinación de todas las funciones a realizar
 - Gestión y mantenimiento RRSS
 - Gestión y mantenimiento WEB
 - Gestión y mantenimiento Newsletters
 - Apoyo a comunicación

3/ Medios personales específicos

- El contratista deberá contar con una experiencia mínima de 5 años en la gestión de comunicación digital (Web, RRSS y Email marketing) en cualquier sector comercial y una experiencia mínima de 3 años en el sector cultural.
- El personal asignado por el contratista trabajará en contacto directo con el equipo de comunicación de Matadero Madrid
- El contratista deberá tener disponibilidad para acudir al Centro siempre que así se le requiera, además de cubrir los eventos que se pidan según lo especificado en el contrato.
- El contratista deberá establecer un procedimiento para la comunicación de urgencias e imprevistos en días no laborables.

4/ Situación actual

La comunicación digital de Matadero Madrid incluye todas las actividades, convocatorias y eventos relacionados con la programación del centro que se elaboran desde la Oficina de Coordinación, Centro de residencias artísticas, Intermediae Matadero y Cineteca Madrid.



En la web, las redes sociales y las newsletters de Matadero Madrid también se da difusión a la programación de los socios públicos y privados del centro como son las Naves del Español en Matadero Madrid, Central de Diseño, AVAM y Casa del Lector, así como las actividades acogidas por el centro en función de diferentes acuerdos institucionales.

En 2021 la estrategia de comunicación digital de Matadero tiene como objetivo ofrecer una agenda pormenorizada y permanentemente actualizada y, al mismo tiempo, ofrecer contenido editorial de calidad que complemente y complete la información práctica sobre cada actividad.

2.2. Plataforma tecnológica

La plataforma de gestión de contenidos de las distintas webs será la que suministre el departamento de tecnología de Madrid Destino. La misma estará basada en un gestor de contenidos Web estándar similar a los utilizados habitualmente en el sector. En el caso de que esta cambie durante el contrato la empresa adjudicataria se comprometerá a utilizar la nueva según las directrices de Madrid Destino y con un periodo de formación previo.

2.3. Equipos de trabajo y lugar de desarrollo. Seguimiento del proyecto.

Los licitadores deberán exponer en su propuesta con el mayor detalle posible el equipo de trabajo asignado al proyecto, así como la metodología de trabajo que consideren más acorde a las necesidades planteadas. En ella deberá definirse un planteamiento previo y análisis del contexto de comunicación online del centro; unos objetivos cuantificables, propuesta de estrategia de comunicación, líneas de trabajo y acciones concretas a desarrollar, así como un análisis y evaluación de resultados que incluya la información suministrada por Google Analytics, y otras herramientas de gestión de contenidos en redes sociales como Hootsuite, Twitter Analytics, Estadísticas Facebook, Mailchimp o la herramienta que se utilice para el envío de newsletters. De igual manera deberá hacer una propuesta de protocolo de actuación de gestión de crisis y de estilo de comunicación. Todo ello según se establece en el Pliego de Condiciones Administrativas y los criterios de valoración de las propuestas.

La empresa licitadora deberá aportar sus propios equipos de trabajo y se requerirá la presencia física de trabajadores de la licitadora durante determinados periodos de tiempo semanales, mensuales o anuales.

Para la ejecución del servicio la empresa adjudicataria destinará los recursos humanos suficientes que garanticen su ejecución.

El adjudicatario se compromete a que su personal disponga de la formación y aptitudes adecuadas para el desempeño de la actividad. Madrid Destino y los adjudicatarios crearán al inicio del proyecto un comité de seguimiento mixto del mismo. Este comité estará compuesto por al menos una persona por ambas partes y será el encargado de la supervisión de la ejecución de los trabajos contratados, siendo responsable del control de la ejecución del proyecto, el cumplimiento de hitos y la calidad de los entregables. La periodicidad de estas reuniones y el objeto de las mismas se decidirá según la evolución global del proyecto y adecuándose de la manera más flexible posible a las circunstancias de la producción.

El comité se reunirá a criterio del equipo técnico. Las reuniones del comité deberán convocarse con al menos con dos días de antelación y tras las mismas, el equipo del adjudicatario deberá entregar un acta resumen de la reunión.

Dicho comité será el responsable de introducir cambios adecuados a los resultados y que se consideren óptimos para la mejor consecución de los objetivos de comunicación planteados bajo las directrices de Madrid Destino.



2.4. Propiedad de los trabajos

La empresa adjudicataria acepta expresamente que la propiedad de los trabajos que resulten de la ejecución del presente procedimiento corresponde a MADRID DESTINO, con exclusividad a todos los efectos, quien podrá ejercer el derecho de reproducción, publicidad y divulgación total o parcial.

La empresa adjudicataria renunciará expresamente a cualquier derecho sobre los trabajos realizados que como consecuencia de la ejecución del presente contrato pudieran corresponderle, y no podrá hacer ningún uso o divulgación de los documentos utilizados o elaborados en base a este pliego de condiciones, bien sea en forma total o parcial, directa o extractada, original o reproducida, sin autorización expresa de MADRID DESTINO.

El adjudicatario deberá entregar los materiales creados en el desarrollo del proyecto como fotografías y/o sus adaptaciones, vídeos y/o sus adaptaciones, elementos gráficos, logotipos, imágenes, animaciones, textos, traducciones y cuantos otros elementos sean producto del presente contrato

El contenido audiovisual o imágenes aportadas por la empresa adjudicataria deberán tener derecho de uso en internet por MADRID DESTINO en las distintas redes sociales.

La empresa adjudicataria no podrá utilizar la información obtenida en la actividad desarrollada como consecuencia de este contrato, no pudiendo transmitir dicho conocimiento, sin el consentimiento escrito de MADRID DESTINO

2.5. Seguridad de la información

El adjudicatario se compromete durante la duración del proyecto a:

- No introducir software microinformático ajeno a Madrid Destino.
- No divulgar las estructuras de carpetas ni los ficheros de información así como los aplicativos realizados a medida ni la información almacenada en ellos.
- No difundir ni publicar los sistemas de seguridad de la información existentes o previstos.
- No revelar la información obtenida de los sistemas de información de Madrid Destino, ni la documentación que se suministre o la que pudiera tener acceso, con independencia del soporte en que se encuentre.
- Mantener las contraseñas que pudieran conocer en secreto, tanto las propias como las de los sistemas.
- Respetar y promover las medidas de seguridad implantada o por implantar en Madrid Destino.
- No conectarse a otras redes o sistemas que sean ajenos a las propias de Madrid Destino sin el consentimiento previo y por escrito por parte de Madrid Destino.
- La conexiones externas que deban realizarse por necesidades del servicio se realizarán bien mediante VPN controladas por Madrid Destino, bien fuera de la redes de Madrid Destino.
- No se podrán instalar dispositivos de comunicación del tipo que sean sin el permiso expreso y por escrito de Madrid Destino.



- No se podrá extraer información de los sistemas de Madrid Destino sin el consentimiento expreso de ésta.
- En caso de que el adjudicatario deba instalar equipamiento propio aunque sea de forma temporal, deberá borrar de forma permanente aquella información que se haya extraído de los sistemas de Madrid Destino cuando se produzca la retirada del equipo.
- Los equipos que se retiren propiedad de Madrid Destino serán formateados. Antes de realizar la retirada de un equipo, ésta deberá ser aceptada por escrito por parte de Madrid Destino.
- El adjudicatario y el personal que éste asigne al proyecto se comprometerá a la no divulgación del sistema de instalaciones de cualquiera de los edificios objetos del contrato.

3. Calendario de trabajo

Los licitadores deberán presentar un calendario de trabajo mensual dividido en 3 partes:

- Una para la actualización web.
- Otra para el mantenimiento de contenidos y redes sociales.
- Y una última para las tareas requeridas de apoyo a la comunicación.

Los calendarios propuestos deberán incluir al menos la siguiente información:

- Desglose de todas las tareas a realizar y fases a llevar a cabo.
- Asignación de recursos, esfuerzos necesarios sin sobreasignaciones.
- Definición del número de recursos por perfil y marcación de las dedicaciones a cada tarea.
- Duración de cada fase y duración global del proyecto.
- Los licitadores deberán representar mediante un diagrama de Gantt o similar.
- Dependencias entre tareas.
- Hitos de entrega y descripción de lo que se entrega en cada hito.
- El calendario de trabajo que deberá usarse es el estándar con jornadas de 8 horas.

4. Responsable del servicio / sustituto.

El adjudicatario estará obligado a nombrar un responsable del servicio que será el interlocutor entre el responsable de los servicios de Madrid Destino y entre el personal de la empresa adjudicataria. Asimismo, la empresa adjudicataria deberá designar un sustituto del responsable del servicio. La función del responsable del servicio será actuar como interlocutor con Madrid Destino que garantice que la empresa adjudicataria cumple con sus obligaciones contractuales.



5. Obligaciones laborales y sociales.

El adjudicatario está obligado al cumplimiento de la normativa vigente en materia laboral, de seguridad social, de integración social de discapacitados y de prevención de riesgos laborales, conforme a lo dispuesto en la Ley 31/1995, de 8 de noviembre, sobre Prevención de Riesgos Laborales y en el Reglamento de los Servicios de Prevención, aprobado por Real Decreto 39/1997, de 17 de enero, así como de las que se promulguen durante la ejecución del contrato.

La relación del organismo u organismos donde los licitadores podrán obtener información sobre la fiscalidad, y sobre las disposiciones vigentes en materia de protección de empleo, condiciones de trabajo y prevención de riesgos laborales, aplicables a los servicios prestados durante la ejecución del contrato, serán los señalados en el Pliego de Cláusulas Administrativas.

No existirá vinculación laboral alguna entre el personal que se destine a la ejecución del contrato y Madrid Destino, por cuanto aquél queda expresamente sometido al poder direccional y de organización de la empresa adjudicataria en todo ámbito y orden legalmente establecido y siendo, por tanto, ésta la única responsable y obligada al cumplimiento de cuantas disposiciones legales resulten aplicables al caso, en especial en materia de contratación, Seguridad Social, prevención de riesgos laborales y tributaria, por cuanto dicho personal en ningún caso tendrá vinculación jurídico-laboral con Madrid Destino, y ello con independencia de las facultades de Control e Inspección que legal y/o contractualmente corresponden al mismo.

A la extinción de los contratos de servicios, no podrá producirse en ningún caso la consolidación de las personas que hayan realizado los trabajos objeto del contrato como personal de Madrid Destino.

6. Cláusulas sociales de obligado cumplimiento.

Siguiendo instrucciones del decreto publicado el 19 de enero de 2016 del Delegado del Área de Gobierno de Economía y Hacienda sobre la incorporación de cláusulas sociales en los contratos celebrados por el Ayuntamiento de Madrid, sus Organismos Autónomos y Entidades del Sector Público Municipal, el adjudicatario deberá cumplir las siguientes cláusulas:

- Es obligatorio que los bienes o servicios objeto del contrato hayan sido producidos o se desarrollen respetando las normas sociolaborales vigentes en España y en la Unión Europea o de la Organización Internacional del Trabajo.
- Debido a que la mano de obra es una parte fundamental del componente económico del presente procedimiento, se ha tenido en cuenta para la determinación del precio de contrato, el salario base más el complemento de antigüedad establecido en los convenios colectivos de los sectores objeto del presente contrato.
- En toda la documentación, publicidad, imagen o materiales que deban aportar el adjudicatario para el presente procedimiento o que sean necesarios para la ejecución del contrato, deberá hacerse un uso no sexista del lenguaje, evitar cualquier imagen discriminatoria de las mujeres o estereotipos sexistas, y fomentar con valores de igualdad la presencia equilibrada, la diversidad y la corresponsabilidad.
- La empresa adjudicataria tiene la obligación de adoptar las medidas de seguridad y salud en el trabajo que sean obligatorias para prevenir de manera rigurosa los riesgos que pueden afectar a la vida, integridad y salud de las personas trabajadoras. Asimismo, deberá acreditar el cumplimiento de las obligaciones siguientes:



- La evaluación de riesgos y planificación de la actividad preventiva correspondiente a la actividad contratada.
- La formación e información en materia preventiva a las personas adscritas a la ejecución del contrato.
- El justificante de la entrega de equipos de protección individual que, en su caso, sean necesarios.
- La empresa adjudicataria deberá acreditar el cumplimiento de estos extremos mediante la documentación que corresponde al desempeño del contrato.
- La empresa adjudicataria deberá adoptar las medidas oportunas para evitar que de la ejecución del contrato puedan derivarse daños al personal de Madrid Destino, los empleados municipales o a los ciudadanos en general.
- La empresa adjudicataria deberá acreditar mediante declaración responsable la afiliación y el alta en la Seguridad Social de las personas trabajadoras destinadas a la ejecución del contrato. Esta obligación se extenderá a todo el personal subcontratado por la empresa adjudicataria principal destinado a la ejecución del contrato.
- Para la acreditación del cumplimiento de esta obligación, se exigirá a la empresa adjudicataria al inicio de la ejecución del contrato la presentación de una declaración responsable en la que se señale que las personas trabajadoras destinadas a la ejecución del contrato se encuentran afiliadas y dadas de alta en la Seguridad Social.
- En todo caso, el órgano de contratación podrá solicitar, cuando lo considere oportuno, la aportación de la documentación que acredite el contenido de la declaración responsable.
- Con carácter previo a la finalización del contrato, la empresa adjudicataria deberá presentar un informe relativo al cumplimiento de las obligaciones sociales que le fueran exigibles legal o contractualmente.

7. Solicitud de información.

Para solicitar información más detallada sobre este servicio o ampliar información sobre el plazo del procedimiento de contratación, las empresas participantes podrán hacerlo a partir de la recogida de este documento a la dirección contratacion@madrid-destino.com para los aspectos administrativos, y la dirección myriam.gonzalez@madrid-destino.com para los aspectos técnicos.

Madrid Destino se reserva el derecho de solicitar la ampliación de la información presentada por cada una de las empresas en sus ofertas.

La mera presentación de propuestas implica la aceptación sin reservas de las condiciones establecidas en el presente documento para la ejecución de los trabajos objeto del Contrato.

Por Madrid Destino, S.A.

Por el ADJUDICATARIO



D.

D.