

MEMORIA JUSTIFICATIVA

ASUNTO: PLIEGO DE LOS SERVICIOS DE ACTUALIZACIÓN Y GESTIÓN DE CONTENIDOS DE LAS PÁGINAS WEB Y PERFILES EN REDES SOCIALES DEL TEATRO FERNÁN GÓMEZ-CENTRO CULTURAL DE LA VILLA, MEDIALAB EN MATADERO, ESPACIO ABIERTO QUINTA DE LOS MOLINOS Y TEATRO CIRCO PRICE, ASÍ COMO OTRAS ACCIONES DE APOYO A LA COMUNICACIÓN DE LOS MENCIONADOS CENTROS, A ADJUDICAR MEDIANTE PROCEDIMIENTO ABIERTO SUJETO A REGULACIÓN ARMONIZADA.

Lote 1. Fernán Gómez: SP21-00008

Lote 2. Medialab en Matadero: SP21-00015

Lote 3. Espacio Abierto: SP21-00088

Lote 4. Teatro Circo Price: SP21-00033

1. OBJETO DE LA LICITACIÓN

Servicios de actualización y gestión de contenidos de las páginas web y perfiles en redes sociales del Teatro Fernán Gómez-Centro Cultural de la Villa, Medialab en Matadero, Espacio Abierto Quinta De Los Molinos y Teatro Circo Price, así como otras acciones de apoyo a la comunicación de los mencionados centros, a adjudicar mediante procedimiento abierto, de conformidad con lo establecido en el pliego de prescripciones técnicas y en el de cláusulas administrativas particulares. Se engloba en un único pliego los contratos menores de estos servicios que hacían las cuatro sedes culturales.

2. DIVISIÓN DE LA LICITACIÓN EN LOTES

La licitación se divide en cuatro lotes:

Lote 1: Servicio de actualización y gestión de contenidos web y redes sociales y apoyo a comunicación de Teatro Fernán Gómez-Centro Cultural de la Villa

Lote 2: Servicio de actualización y gestión de contenidos web y redes sociales y apoyo a comunicación de Medialab en Matadero

Lote 3: Servicio de actualización y gestión de contenidos web, redes sociales y apoyo en comunicación de Espacio Abierto Quinta de los Molinos

Lote 4: Servicio de actualización y gestión de contenidos web y redes sociales y apoyo a comunicación de Teatro Circo Price

El presente pliego establece que los licitadores **solo se puedan presentar a un único lote** de todos los que se ofertan porque se busca primar la calidad y la especialización. Estos requisitos son necesarios para desempeñar correctamente los servicios de comunicación y redes sociales, pero también son los que van a permitir mejorar y obtener una mayor eficiencia en el trabajo que se desempeñe para estas sedes culturales que cuentan con una programación muy especializada en todo tipo de disciplinas artísticas y tienen públicos muy diferentes. Igualmente, esta limitación en los lotes es una medida económica de dinamización del sector y un apoyo a las diferentes empresas de comunicación al evitar que haya un único adjudicatario de todos los lotes de unos centros municipales.

En el pliego también se especifica que las ofertas que sean calificadas con cero (0) puntos en cualquiera de los criterios no valorables en cifras o porcentajes, o que obtengan en su conjunto menos de 15 (quince) puntos en la suma de todos los criterios no valorables en cifras o porcentajes, serán excluidas del procedimiento y no pasarán a la valoración de los criterios valorables en cifras o porcentajes. **Madrid Destino identifica los servicios de web, redes sociales y comunicación como parte fundamental de la estrategia de los espacios culturales**

que gestiona, puesto que difunden el trabajo de los creadores con los que colabora y de todas las actividades relacionadas con su programación. Estos servicios permiten cumplir una parte importante de sus principales objetivos, como son la dinamización y el apoyo al sector cultural, la promoción del posicionamiento de Madrid como gran destino cultural y potenciar la difusión de la actividad cultural para alcanzar a un número mayor y más diverso de públicos; incrementando los niveles de asistencia, contribuyendo al desarrollo y la consolidación de la identidad de cada espacio, así como fomentar la interacción con los ciudadanos y los visitantes. Teniendo en cuenta la importancia que suponen las tareas incluidas en el presente contrato, se considera necesario incluir esta medida para garantizar una calidad mínima en el licitador que finalmente sea el adjudicatario.

3. JUSTIFICACIÓN DE LA LICITACIÓN

Es objetivo fundamental de Madrid Destino poner en conocimiento de los ciudadanos y visitantes de Madrid sus actividades, proyectos e iniciativas, para lo cual resulta indispensable la actualización constante de sus páginas web, redes sociales, así como otros elementos de comunicación.

Desde 2012, Teatro Fernán Gómez-Centro Cultural de la Villa, Teatro Circo Price y Medialab fueron cedidos en régimen de gestión directa a Madrid Destino, Cultura, Turismo y Negocio, empresa pública del Ayuntamiento de Madrid. En 2018 se suma Espacio Abierto Quinta de los Molinos, el primer centro público de creación dedicado a la infancia y a la adolescencia. Entre los objetivos los distintos centros y teatros 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 la actividad de los centros 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 las páginas web de Teatro Fernán Gómez-Centro Cultural de la Villa, Teatro Circo Price, Medialab en Matadero y Espacio Abierto Quinta de los Molinos, incluyendo también sus respectivos perfiles en redes sociales. Además, se solicita asesoramiento, gestión del sistema de emailing para el posicionamiento de la identidad digital y trabajos de apoyo a la comunicación.

4. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DE LA PRESTACIÓN

El Contratista de cada lote ajustará su prestación a las siguientes especificaciones:

LOTE 1. SERVICIO DE ACTUALIZACIÓN Y GESTIÓN DE CONTENIDOS WEB Y REDES SOCIALES Y APOYO A COMUNICACIÓN DEL TEATRO FERNÁN GÓMEZ-CENTRO CULTURAL DE LA VILLA

Este lote cubrirá las siguientes necesidades:

1.- Asesoramiento en la definición y desarrollo de una estrategia de SOCIAL MEDIA para FG.CCV

1.1.- General

- Creación, definición, implementación y ejecución del plan de Marketing Digital del Centro, y de las diferentes obras, festivales o proyectos que formen parte de la programación de FG.CCV, así como el reporte de los principales indicadores clave de rendimiento KPIS (Analytics), en coordinación con el Centro.

- Identidad digital y objetivos tono y estilo de la comunicación (a definir conjuntamente con el FG.CCV).
- Plan anual de comunicación online, campañas principales, relación con otras instituciones.
- Gestión del branding online del centro y su reputación online.
- Investigación de mercados y análisis de las estrategias de Marketing Digital de la competencia (bench marketing).

1.2.- Área de RRSS y WEB

- Creación, definición e implementación de la estrategia de comunicación del Centro, utilizando para ello los canales online disponibles (redes sociales, web corporativas...), en coordinación con el Centro.
- Definir y mantener la imagen de marca a transmitir a través de los diferentes canales.
- Estrategia de publicidad online (la ejecución de esta estrategia y los costes serán desarrollados desde el departamento correspondiente de Madrid Destino). Es interesante contar con opinión y participación para ver a qué medios, canales y formatos se destina; según el tipo de público del que se trate. Necesidades de inversión para varias campañas especiales anuales (compra de apps, acciones online de refuerzo...).
- Consolidar MASA CRÍTICA en todas las plataformas. Cambio y adaptación del Look & Feel específico o general en canales y RRSS.
- Potenciación de la imagen ecléctica, con especial foco en nuevas generaciones (ejemplo JOBO) y nuevos públicos de varios nichos de mercado, tal como ya se ha hecho en casos de Festivales de artes escénicas y de música.
- Campaña de percepción FG.CCV. Humanizar impronta mediante campaña FAMILIAR, mostrando en vídeos e imágenes los distintos áreas y trabajadores del Centro.

1.3.- Área de CRM & Inbound Marketing

- Diseñar la estrategia de Inbound Marketing, tanto del Centro como de las diferentes propuestas de programación, para captar y fidelizar clientes de forma no intrusiva.
- Captación de públicos objetivos (a definir conjuntamente con el FG.CCV según la variedad y género de la programación: música, teatro, danza, conferencias, exposiciones, teatro familiar, actividades de participación, pedagógicas...).
- Control y colaboración en el diseño de la estrategia global de marketing online y su presupuesto, marketing Inbound, Social Media marketing (SMM), SEM, SEO, email marketing, etc.

2. Gestión y mantenimiento:

2.1.- General

- Desarrollo de calendarios mensuales editoriales independientes para cada red social, combinando los contenidos culturales nuevos del centro y la oferta de actividades y servicios.
- Desarrollo de contenidos y diseño de creativities gráficas en base al material facilitado por el centro y la cobertura directa de actos y actividades, siguiendo siempre la identidad corporativa y con la supervisión del centro.
- Manejo de la herramienta EASYPROMOS, con el objetivo de consolidar promociones para la mayor obtención de LEADS.
- Acuerdo con Librería musical, para tener una mayor variedad de las bandas sonoras con las que se ilustran vídeos creados con imágenes de eventos. Suscripción mensual.
- Establecimiento de protocolo para la gestión de crisis.
- Realización de cuantos informes sobre la ejecución y estado del servicio se le soliciten, con la periodicidad que se estime en cada momento (mensuales, trimestrales, anuales, o de resumen total a la finalización del servicio).

2.2.- Área de RRSS y WEB TFG

- Desarrollo de perfiles. Redes: Facebook, Twitter, Instagram, YouTube. Otros: Spotify, Google My Business, LinkedIn, Vimeo. Unificación y puesta al día de las RRSS. Dinamización constante de las redes, respuesta diaria a comentarios y peticiones de información.
- Mantenimiento diario de las redes en días laborables, fin de semana y festivos si la actividad específica del centro lo requiere.
- Gestionar quejas Online de clientes y distribuirlas entre los departamentos correspondientes.
- Escuchar y responder conversaciones online y monitorizar las Redes Sociales.
- Crear y gestionar los contenidos para que sean profesionales y atractivos para los canales online. Tanto escritos (copy), gráficos o audio-visuales. Optimizando el contenido para cada canal. Sistema de carga de vídeos coordinados y con "mensajes", "cards".

- Coordinación de contenidos en WEB y perfiles de RRSS junto con los responsables directos en cada caso. Es decir RRSS específicas particulares, creadas por cada compañía, productora, comisarios de exposiciones, festivales de música, teatro, títeres.
- Desarrollo de calendarios mensuales editoriales independientes para cada red social, combinando los contenidos culturales nuevos del centro y la oferta de actividades y servicios.
- Cobertura directa de los eventos más destacados (ruedas de prensa, inauguraciones, estrenos teatro, danza, conciertos y demás actividades que tenga el centro). Con un mínimo de 5 actividades de artes escénicas por mes. Se dará cobertura adicional de cobertura directa de cada uno de los proyectos expositivos que acoja el centro, con un mínimo de 1 actividad por mes.
- Actualización WEB de contenidos de programación y de la implementación de contenidos WEB Vs adaptabilidad a RRSS. Incluido la zona de prensa de la web.
- Mantenimiento puntual de áreas comerciales y promocionales de la web del FG.CCV, directamente implicadas en Social media (Noticias, blog, ofertas, eventos).
- Mantenimiento, monitorización y elaboración de las herramientas Google My Business, Google Calendar.
- Identificación y establecimiento de alianzas con RRSS y con posibles líneas de colaboración (otras RRSS de Madrid Destino, posibles "influencer" y el área de blogs temáticos con el objetivo de promover la actividad del centro).

2.3.- Área de CRM & Inbound Marketing

- Asesoramiento en la implementación de técnicas y herramientas de CRM y optimización de BBDD.
- Organización y creación de nuevas pautas de newsletters, segmentadas y adaptadas a públicos.
- Diseñar e implementar acciones de retargeting.
- Cualificar las oportunidades (lead scoring y lead nurturing).
- Mantener contacto regular y colaborar con trend- setters e influencers.

3. - Apoyo a comunicación

- Grabación y emisión de actividades en formato streaming, relacionadas con la programación (ruedas de prensa, pases para gráficos, estrenos, encuentros, conferencias, visitas guiadas, talleres, master clases, ensayos generales, etc.) en los canales de audio y video correspondientes,
- Actualización WEB de contenidos de programación y de la implementación de contenidos WEB Vs adaptabilidad a RRSS. Incluido la zona de prensa de la web, zona de participación, zona de profundiza y aprende y todo el área de histórico de esta sección de la página WEB.
- Apoyo en la cobertura de las acciones relacionadas con el departamento de prensa.

4.- Apoyo e interacción con Gestión de Audiencias & Ticketing:

Herramientas del servicio de ticketing (de nueva implantación) e integración de RRSS + WEB y compra de entradas:

- Definir el buyer persona (perfiles de clientes ideales). Identificar segmentos de usuarios (microsegmentación).
- Definir el customer journey (el ciclo de experiencia de usuario en las diferentes fases, desde antes de la compra a los procesos de fidelización después de la compra). Comprender y analizar los ciclos de compra, objetivos, KPI'S y segmentos de mercado en crecimiento para la optimización de resultados.

5.- Otros

Presentación de Estadísticas y resultados:

Frecuencia mensual, semestral y anual de Estadísticas KPI's, desarrollo de Dashboard para análisis de efectividad y evolución de los resultados para comunicación, dirección artística y gerencia).

Apoyo en el Departamento de Soporte WEB y Evolutivos de Marketing digital.

Monitorización de RRSS y elaboración de informes mensuales, que incluyan datos, conclusiones y propuestas.

Creación de materiales digitales:

- Creación de formatos específicos para RRSS como vídeos o GIFs animados (a partir de los materiales que podrán ser o no facilitados por el centro), detallando montajes de fotos, videos, material wetransfer y emisiones en directo.

Los responsables de Social Media deben disponer de medios y herramientas propias para su trabajo (equipo de grabación, de montajes audiovisuales, equipo técnico para edición y montajes audiovisuales...).

WEBS Y RRSS Festivales y otros eventos: Coordinación de áreas específicas y relativas a todo lo relacionado con Social Media cuando existan una serie de perfiles específicos de festivales y producciones artísticas de RRSS. Desarrollo y actualización de contenidos (mencionado en todos los puntos anteriores).

* Debido a los cambios en las programaciones anuales municipales, algunas de estas cuentas, actividades o servicios podrían desaparecer.

*** Nota: Todas estas tareas especificadas para el lote del Fernán Gómez. Centro Cultural de la Villa suponen un cómputo aproximado de 35 horas semanales.**

LOTE 2: SERVICIO DE ACTUALIZACIÓN Y GESTIÓN DE CONTENIDOS WEB Y REDES SOCIALES Y APOYO A COMUNICACIÓN DE MEDIALAB EN MATADERO

Este lote cubrirá las siguientes necesidades:

1. Asesoramiento en la definición y desarrollo de una estrategia SOCIAL MEDIA

1.1. General

1.2. Área de RRSS y WEB

1.3. Área de CRM & Inbound Marketing

2. Gestión y mantenimiento

3. Apoyo a comunicación

4. Apoyo en la gestión de los contenidos audiovisuales del Centro

5. Otros

1. Asesoramiento en la definición y desarrollo de una estrategia SOCIAL MEDIA

1.1. General

- Creación, definición e implementación de la estrategia de comunicación digital de Medialab en Matadero con el objetivo de consolidar masa crítica en todas las plataformas.
- Desarrollo de plan anual de comunicación online, campañas principales y relación con las otras instituciones que forman parte de Matadero Madrid.
- Asesoramiento en la definición de la identidad digital del centro, tono y estilo de la comunicación a transmitir a través de los diferentes canales para el reforzamiento de su reputación online.
- Gestión del branding online del centro y apoyo en la creación del Look & Feel general en canales digitales y RRSS.
- Asesoramiento en la creación, definición, implementación y ejecución del plan de Marketing Digital, así como el reporte de los principales indicadores clave de rendimiento KPIS.
- Investigación de mercados y análisis de las estrategias de Marketing Digital de plataformas similares.

1.2. Área de RRSS y WEB

- Actualización diaria de los contenidos de la página web (textos, imágenes y vídeos)
- Actualización diaria de los contenidos destacados de la home.
- Generación de contenidos editoriales: redacción y subida a la web de un máximo de 5 contenidos editoriales al mes sobre una actividad del programa o sobre un tema relacionado con la programación, objetivos y misión de Medialab. Como

contenido editorial se entiende la redacción de noticias, crónicas, reportajes o entrevistas.

- Monitorización de la web y elaboración de informes mensuales de evaluación sobre las siguientes KPIs: Tráfico, Audiencia, Adquisición y Comportamiento
- Apoyo en la definición de la estrategia de publicidad online cuando se requiera para alguna actividad de Medialab (la ejecución de esta estrategia y los costes serán desarrollados desde Madrid Destino).
- 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:

1.3. Área de CRM & Inbound Marketing

- Diseño de la estrategia de Inbound Marketing, tanto de Medialab como de las diferentes propuestas de programación.
- Planteamiento de captación de públicos objetivos para los distintos proyectos que tengan lugar en el Centro a lo largo del año.
- Control y colaboración en el diseño de la estrategia global de marketing online y su presupuesto, marketing Inbound, Social Media marketing (SMM), SEM, SEO, email marketing, etc.

2. Gestión y mantenimiento

- Gestión de los canales de Medialab en RRSS: Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Vimeo, Ivoxx, LinkedIn y Google MY Business, etc.
- Desarrollo de calendarios mensuales editoriales independientes para cada red social.
- Desarrollo de contenidos y diseño de creatividades gráficas en base al material facilitado por el equipo de Medialab y la cobertura directa de actos y actividades, siguiendo siempre la identidad corporativa y con la supervisión del equipo de Medialab.
- Diseño de campañas específicas de comunicación por proyectos, dando especial difusión a las diferentes convocatorias de los mismos (proyectos y colaboraciones).
- Realización de cuantos informes sobre la ejecución y estado del servicio se le soliciten, con la periodicidad que se estime en cada momento.
- Mantenimiento diario de las redes en días laborables, fines de semana y festivos si la actividad específica del Centro lo requiere. (Mínimo: FB 2 publicaciones/día, TW 2-3/día, Instagram 4-5/semana).
- Monitorización de la conversación en redes sociales, dinamización constante, respuesta diaria a comentarios y peticiones de información.
- Creación y gestión de contenidos para que sean profesionales y atractivos para los canales online. Tanto escritos (copy), gráficos o audiovisuales, optimizando el contenido para cada canal. Sistema de carga de vídeos coordinados y con mensajes.
- Cobertura directa de los eventos más destacados, con un máximo de 4-6 actividades por semana, que incluirán uno o varios posts en Facebook, Twitter e Instagram, en tablón y en stories.
- Mantenimiento, monitorización y elaboración de las herramientas Google My Business.
- Identificación y establecimiento de alianzas con RRSS y con posibles líneas de colaboración (otras RRSS de Madrid Destino y área de blogs temáticos).
- 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 / Story 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
- Informes específicos de hashtags y resultados de la estrategia en RRSS de los talleres y actividades más destacados del Centro. Para los eventos más destacados (máximo 2 al mes), se podrá configurar la herramienta Twitter Wall para seguimiento en directo durante el desarrollo de los mismos.

3. Apoyo a comunicación

- Apoyo en la cobertura de las acciones relacionadas con prensa.
- Elaboración y difusión de notas de prensa de las actividades de Medialab, llamadas a medios para confirmar recepción de notas y conseguir un mayor impacto vía artículos/entrevistas, reportajes, etc.
- Atención y gestión de peticiones de los medios de comunicación contactados.
- Gestión, revisión y edición de materiales específicos para prensa.
- Convocatorias a medios de comunicación para presentaciones y actos relacionados con las campañas a desarrollar.
- Elaboración de clippings de las campañas realizadas en medios de comunicación incluyendo una relación de medios y periodistas contactados en cada campaña, con los contactos pertinentes.

- Apoyo en el clipping general.
- Mantenimiento del archivo fotográfico de Medialab en Flickr, abono de la suscripción anual a la plataforma (importe estimado 70 € + IVA), recopilación y subida de imágenes.
- Mantenimiento del archivo audiovisual de Medialab en Vimeo, abono de la suscripción anual Pro a la plataforma (importe estimado 85 € + IVA), recopilación y subida de vídeos.

4. Apoyo en la gestión de los contenidos audiovisuales del centro

- Elaboración de contenidos en vídeo a partir de grabación y edición móvil.
- Elaboración (grabación y postproducción) de dos vídeos al mes adaptados para su uso en redes sociales, de duración máxima de 1 minuto.

5. Newsletters

- Elaboración y envío de newsletter de programación mensual
- Elaboración y envío de newsletters específicas de evento, actividad o convocatoria de Medialab (máximo de 3 al mes).
- Monitorización y elaboración de informes mensuales de evaluación del envío de las newsletters sobre las siguientes KPIs
 - o Aperturas totales / Clics / Desuscripciones / Ratio de apertura / Ratio de clics / Tasa de rebote / Tasa de desuscripciones

* Debido a los cambios en las programaciones anuales municipales, algunas de estas cuentas, actividades o servicios podrían desaparecer.

*** Nota: Todas estas tareas especificadas para el lote de Medialab en Matadero suponen un cómputo aproximado de 1.820 horas anuales.**

LOTE 3. SERVICIO DE ACTUALIZACIÓN Y GESTIÓN DE CONTENIDOS WEB Y REDES SOCIALES Y APOYO A COMUNICACIÓN DE ESPACIO ABIERTO QUINTA DE LOS MOLINOS

Este lote cubrirá las siguientes necesidades:

1. Gestión web (espacioabiertoqm.com)

- Actualización de contenidos de la página web en español y volcado puntual de textos español-inglés.
- Gestión diaria de la home.
- Actualización de la Sala de Prensa.
- Supervisión y mantenimiento de la estructura web.
- Integración del sistema unificado de venta de entradas de Madrid Destino.
- Informes estratégicos mensuales y trimestrales de análisis web e *email marketing* basados en evaluación sobre las KPIs identificadas, como visitas y tráfico en web, y apertura y clics de *newsletters* e invitaciones. A partir de esa información, elaborar conclusiones y propuestas.

2. Gestión de e-mail marketing

- Elaboración y envío de invitaciones digitales a eventos o presentaciones (máximo 3 al mes) y *newsletter* mensual en coordinación con la responsable de comunicación del centro.
- Monitorización y elaboración de informes mensuales de evaluación del envío de las *newsletters* e invitaciones digitales sobre las KPIs identificadas junto al equipo de comunicación, como tasa de apertura y clics.

3. Gestión en redes sociales

- Propuesta e implementación del plan estratégico anual de redes de Espacio Abierto, incluyendo plan de captación de públicos objetivos y asesoramiento en la definición y desarrollo de estrategia en RRSS, en coordinación con la responsable de comunicación del centro.
- Fidelización de los usuarios que ya nos siguen, búsqueda y contacto con nuevos públicos y grupos de interés relacionados con cada una de las actividades, espectáculos y programas del

centro. Hacer especial hincapié en el público adolescente e ir generando una comunidad *online* con las distintas áreas del sector cultural.

- Mantenimiento y dinamización diaria (de miércoles a domingo, coincidiendo con los días de apertura del centro; y, de manera puntual, lunes, martes y/o festivos) de las redes sociales de Espacio Abierto: Facebook, Twitter, Instagram, Google My business, así como en nuevas redes sociales que podamos implementar a medio y/o largo plazo. Respuesta diaria a comentarios, solicitudes de información y creación de eventos en Facebook o directos de Instagram, cuando la actividad lo requiera.
- Desarrollo de contenidos y diseño de creativities gráficas en base al material facilitado por el centro, siguiendo siempre la identidad corporativa. Creación de contenidos de vídeo, GIFs e imágenes, para lo que se requiere conocimiento de edición de imagen y vídeo.
- Mantenimiento del archivo audiovisual de Espacio Abierto en Flickr y Vimeo, abono de la suscripción anual a la plataforma, recopilación y subida de imágenes y vídeos.
- Monitorear quejas y/o sugerencias, y avisar de las mismas para prevenir posibles crisis de comunicación.
- Gestión de crisis: protocolo de actuación, siempre bajo la coordinación y supervisión de la responsable de comunicación del centro.
- Coordinación y evaluación del plan de trabajo en una reunión quincenal en Espacio Abierto y/o virtuales.
- Cubrir presentaciones, actividades, espectáculos o talleres para la obtención de recursos gráficos y seguimiento de los mismos (mínimo 5 y máximo 10 visitas al mes).
- Monitorización de RRSS y elaboración de informes trimestrales y anuales de evaluación sobre las KPIs identificadas por Espacio Abierto en Facebook, Twitter, Instagram, Vimeo, Flickr y otras posibles redes sociales que podamos abrir a medio o largo plazo.
- Estrategia de publicidad online y apoyo en la preparación de materiales y puesta en marcha de campañas de publicidad en redes dirigidas a un público concreto, como por ejemplo, contenidos específicos para adolescentes.

4. Apoyo al Departamento de Comunicación

- Asistencia a ruedas de prensa y presentaciones.
- Subida de contenidos a la plataforma madridcultura.es y Madrid.es, si fuera necesario.
- Volcado de contactos y actualización de la base de datos de la plataforma de email marketing.
- Grabación y emisión de actividades por *streaming* (presentaciones, ruedas de prensa...)

* Debido a los cambios en las programaciones anuales municipales, algunas de estas cuentas, actividades o servicios podrían desaparecer.

*** Nota: Todas estas tareas especificadas para el lote de Espacio Abierto. Quinta de los Molinos suponen un cómputo aproximado de 1.000 horas anuales.**

LOTE 4: SERVICIO DE ACTUALIZACIÓN Y GESTIÓN DE CONTENIDOS WEB Y REDES SOCIALES Y APOYO A COMUNICACIÓN DEL TEATRO CIRCO PRICE

Este lote cubrirá las siguientes necesidades.

1. Gestión web.

Actualización puntual de la web (en caso de no poder ser cubierto por personal del Price).
Gestión de la "Zona de prensa", que está pendiente de ser creada. Se actualizarán y editarán sus contenidos.

2. Gestión de e-mail marketing.

Elaboración de textos de los boletines y, en su caso de la maquetación de los mismos.

3. Gestión en redes sociales.

- Plan estratégico anual de comunicación online, incluyendo plan de captación de públicos objetivo y asesoramiento en la definición y desarrollo de estrategia en RRSS.
- Gestión de crisis. Protocolo de actuación.
- Actualización de los perfiles del Teatro Circo Price:
 - Twitter: @circoprice

- Instagram: @circoprice
 - Facebook: @circoprice
 - Youtube: Teatro Circo Price
- Dinamización constante, con respuesta diaria a comentarios y peticiones de información.
 - Elaboración de GIFs, animaciones, agendas o stories según demanda de la actividad
 - Presencia física en algunas de las actividades para la obtención de recursos gráficos y seguimiento de las mismas. Cobertura del evento y emisión en directo. La asistencia y cobertura de estos eventos será de un mínimo de una al mes y un máximo de tres semanales, según frecuencia de los espectáculos.
 - Creación de formatos específicos para RRSS como vídeos o GIFs animados a partir de los materiales facilitados por el centro o generados por la empresa adjudicataria
 - Monitorización de RRSS y elaboración de informes mensuales y anuales, que incluyan datos, conclusiones y propuestas.

* Debido a los cambios en las programaciones anuales municipales, algunas de estas cuentas, actividades o servicios podrían desaparecer.

*** Nota: Todas estas tareas especificadas para el lote del Teatro Circo Price suponen un cómputo aproximado de 750 horas anuales.**

5. INFORME ECONÓMICO

ESTUDIO ECONÓMICO LICITACIÓN COMUNICACIÓN ONLINE POR CENTROS

Informe donde se analizan los gastos necesarios en la función de RRSS y comunicación online para cada centro bajo los criterios de tamaño del centro, tamaño del equipo de comunicación disponible, naturaleza de las actividades, importancia de lo digital en la comunicación de las actividades del centro.

El precio estimado se ha calculado en función de los servicios a cubrir, la importancia de estos para el correcto desarrollo de la comunicación de sus actividades, y los precios de contratos anteriores en cada centro.

LOTE 1. TEATRO FERNÁN GÓMEZ CENTRO CULTURAL DE LA VILLA

En la actual propuesta de servicio se amplía el campo de funciones y responsabilidades del proveedor, que será responsable de las áreas de trabajo mencionadas a continuación:

- Canales social media y RRSS.
- Actualización y Desarrollo evolutivo WEB.
- CRM & inbound marketing.
- Apoyo a comunicación.

En los últimos tres años, los canales digitales del Fernán Gómez han pasado de ser las 4 redes sociales habituales (Facebook, Twitter, Instagram y You Tube) a ser 8 canales en total (ya creados y en desarrollo), incluyendo canales utilizados para documentar la actividad y potenciar la imagen del Centro, como son: la red social profesional LinkedIn, la plataforma de video profesional Vimeo, el canal de audio y podcasting Ivoox, la red social musical Spotify y los canales de búsqueda y de opinión para mejorar la calidad e imagen del Centro, como Google My Business y Trip Advisor.

Asimismo, a lo largo de los dos últimos años, se han incluido nuevas funciones y responsabilidades, tanto para la cobertura de actividades de la programación del centro, como para el análisis y medición de resultados, como son el control estadístico de interacción del público y de navegación y usabilidad de nuestra web y canales digitales.

Por todo ello se plantea un gasto un poco superior al del contrato anterior, por un total de **23.000 € anuales (1.916 €/mes)**.

LOTE 2. MEDIALAB EN MATADERO

Entre los objetivos de Medialab en Matadero se encuentran potenciar su comunicación digital;

consolidar su presencia en redes sociales a través de la fidelización de su audiencia actual y la captación de nuevos seguidores; afianzar su posición en las redes sociales en las que tiene una presencia más reciente; fomentar la interacción con usuarios que ya conocen Medialab en Matadero y alcanzar a personas que conocen el proyecto con menos detalle; y dar continuidad y mejorar la estrategia e imagen desarrollada hasta este momento a través de las Redes Sociales.

De manera particular, tiene el propósito de desarrollar las siguientes redes sociales que no se han desarrollado aún lo suficiente:

- LinkedIn
- Google My Business

Medialab en Matadero cuenta en la actualidad con un contrato menor que cubría el servicio entre enero y julio de 2021 por un valor de 10.500 €. Para este procedimiento se destinarán **27.600 € anuales (2.300€/mes)**.

LOTE 3. ESPACIO ABIERTO QUINTA DE LOS MOLINOS

Abierto en julio de 2018, Espacio Abierto Quinta de los Molinos es un centro de creación y aprendizaje dedicado a la infancia y a la adolescencia (de 0 a 18 años). Es un nuevo concepto de institución cultural, un punto de encuentro para familias, niños/as y adolescentes, donde descubrir un entorno propicio a la creatividad a través de múltiples dimensiones: el pensamiento, el juego, la convivencia, la empatía, el arte y la naturaleza. Todo ello planteado con el máximo cuidado, respeto, imaginación y rigor que requieren las diferentes etapas del menor, desde los bebés, pasando por la primera y segunda infancia y hasta la adolescencia.

El propósito de Espacio Abierto es continuar la difusión tanto del centro en sí mismo como de la programación, tanto a nivel local, usuarios del barrio en el que se ubica, San Blas-Canillejas, como del resto de la ciudad, fidelizar al público ya existente y captar a nuevos públicos (niños, niñas, familias y adolescentes).

Por eso, se continuará con el presupuesto anual contemplado en ejercicios anteriores: **18.000€ + IVA**.

LOTE 4. TEATRO CIRCO PRICE

Los servicios que solicita cubrir el Circo Price con este contrato (actualización web, redes sociales y apoyo a comunicación) se limitan a la actualización de las redes sociales y en ocasiones puntuales de la página web.

Además, de cara a esta licitación, se ha ampliado las funciones requeridas, añadiendo la coordinación de la Zona de Prensa (de próxima creación en la web) como requisito necesario en la oferta.

Teniendo en cuenta esto y que tiene una programación y público estables y que no se plantean grandes cambios o nuevos enfoques, el presupuesto se ampliado un poco respecto a los contratos anteriores y será de **13.000 € anuales**.

6. VALOR ESTIMADO DEL PLIEGO

Valor estimado del pliego de los cuatro lotes: Doscientos cuarenta y cuatro mil ochocientos euros (**244.800 €**) más el IVA que resulte de aplicación, de conformidad con el siguiente desglose:

Desglose del valor estimado:

- **Valor estimado para 12 meses de contrato:** ochenta y un mil seiscientos euros (81.600 €) más el IVA que corresponda.
- **Valor estimado para 24 meses de prórroga:** Ciento sesenta y tres mil doscientos euros (163.200 €) más el IVA que corresponda.

IVA: Cincuenta y un mil cuatrocientos ocho euros (51.408 €). Tipo/s: 21%
 Importe total (IVA incluido): Doscientos noventa y seis mil doscientos ocho euros (296.208 €)

Desglose por lotes:

1.- Lote 1 Servicio de actualización y gestión de contenidos web y redes sociales y apoyo a comunicación de Teatro Fernán Gomez-Centro Cultural de la Villa

- **Valor estimado para 12 meses de contrato:** Veintitrés mil euros (23.000 €) más el IVA que corresponda.
- **Valor estimado para 24 meses de prórroga:** Cuarenta y seis mil (46.000 €) más el IVA que corresponda.

IVA: Catorce mil cuatrocientos noventa euros (14.490 €). Tipo/s: 21%
 Importe total (IVA incluido): Ochenta y tres mil cuatrocientos noventa euros (83.490 €)

2.- Lote 2: Servicio de actualización y gestión de contenidos web y redes sociales y apoyo a comunicación de Medialab en Matadero.

- **Valor estimado para 12 meses de contrato:** Veintisiete mil seiscientos euros (27.600€) más el IVA que corresponda.
- **Valor estimado para 24 meses de prórroga:** Cincuenta y cinco mil doscientos euros (55.200 €) más el IVA que corresponda.

IVA: Diecisiete mil trescientos ochenta y ocho euros (17.388 €). Tipo/s: 21%
 Importe total (IVA incluido): Cien mil ciento ochenta y ocho euros (100.188€)

3.- Lote 3: Servicio de actualización y gestión de contenidos web y redes sociales y apoyo a comunicación de Espacio Abierto Quinta de los Molinos.

- **Valor estimado para 12 meses de contrato:** Dieciocho mil euros (18.000€) más el IVA que corresponda.
- **Valor estimado para 24 meses de prórroga:** Treinta y seis mil euros (36.000€) más el IVA que corresponda.

IVA: Once mil trescientos cuarenta euros (11.340 €). Tipo/s: 21%
 Importe total (IVA incluido): Sesenta y cinco mil trescientos cuarenta euros (65.340 €)

4.- Lote 4: Servicio de actualización y gestión de contenidos web y redes sociales y apoyo a comunicación de Teatro Circo Price.

- **Valor estimado para 12 meses de contrato:** Trece mil euros (13.000 €) más el IVA que corresponda.
- **Valor estimado para 24 meses de prórroga:** Veintiséis mil euros (26.000 €) más el IVA que corresponda.

IVA: Ocho mil ciento noventa euros (8.190 €). Tipo/s: 21%
 Importe total (IVA incluido): Cuarenta y siete mil ciento noventa euros (47.190 €)

7. PRESUPUESTO BASE DE LA LICITACIÓN

Presupuesto base de licitación: Ochenta y un mil seiscientos euros (81.600 €) más el IVA que resulte de aplicación.

IVA: Diecisiete mil ciento treinta y seis euros (17.136 €). Tipo/s: 21%

Importe total (IVA incluido): Noventa y ocho mil setecientos treinta y seis euros (98.736€)

Desglose por lotes:

1.- Lote 1 Servicio de actualización y gestión de contenidos web y redes sociales y apoyo a comunicación de Teatro Fernán Gomez-Centro Cultural de la Villa.

Importe: Veintitrés mil euros (23.000 €) más el IVA que corresponda.

IVA: Cuatro mil ochocientos treinta euros (4.830 €) Tipo/s: 21%

Importe total (IVA incluido): Veintisiete mil ochocientos treinta euros (27.830 €).

2.- Lote 2: Servicio de actualización y gestión de contenidos web y redes sociales y apoyo a comunicación de Medialab en Matadero.

Importe: Veintisiete mil seiscientos euros (27.600 €) más el IVA que corresponda.

IVA: Cinco mil setecientos noventa y seis euros (5.796 €) Tipo/s: 21%

Importe total (IVA incluido): Sesenta y seis mil setecientos noventa y dos euros (33.396 €).

3.- Lote 3: Servicio de actualización y gestión de contenidos web y redes sociales y apoyo a comunicación de Espacio Abierto Quinta de los Molinos.

Importe: Treinta y seis mil euros (18.000 €) más el IVA que corresponda.

IVA: Tres mil setecientos ochenta euros (3.780 €) Tipo/s: 21%

Importe total (IVA incluido): Veintiún mil setecientos ochenta euros (21.780 €).

4.- Lote 4: Servicio de actualización y gestión de contenidos web y redes sociales y apoyo a comunicación de Teatro Circo Price.

Importe: Trece mil euros (13.000 €) más el IVA que corresponda.

IVA: Dos mil setecientos treinta euros (2.730 €) Tipo/s: 21%

Importe total (IVA incluido): Quince mil setecientos treinta euros (15.730 €).

8. PLAZO DE EJECUCIÓN: UN AÑO MÁS DOS AÑOS DE PRÓRROGA

La duración del servicio será de doce (12) meses desde la firma del contrato.

Después de esos doce (12) meses, el contrato podrá prorrogarse por un periodo único de veinticuatro (24) meses o por periodos inferiores siempre. En todo caso, la suma de los periodos de prórroga no podrá superar el plazo de 24 meses.

En Madrid, a 16 de julio de 2021

EL RESPONSABLE DEL PLIEGO

Fdo.:

El presente documento ha sido firmado digitalmente en tiempo y forma por las personas que constan como firmantes.

Ana Rojo Sánchez

Responsable Web y Redes Sociales Corporativas. Turismo y Cultura

Departamento de Comunicación de Madrid Destino

CONFORME:

EL ÓRGANO DE CONTRATACIÓN

Fdo.: Marisa Bernal Gallero

Dirección Comunicación

Madrid Destino, Cultura Turismo y Negocio, S.A.