

PLEC PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES CONTRACTE XARXES SOCIALS

OBJECTE DEL CONTRACTE

L'objecte del contracte és disposar d'un servei de creació de continguts, gestió, planificació, execució i dinamització de les xarxes socials així com impuls de campanyes de social media dels departaments de Cultura, Comunicació i Turisme de l'Ajuntament de Sitges.

El present contracte es divideix en els següents lots:

- **Lot 1. Comunicació**
- **Lot 2. Cultura, tradicions i festes**
- **Lot 3. Turisme**

LOT 1 COMUNICACIÓ

1. PRESTACIO DE SERVEIS A XARXES SOCIALS

L'empresa adjudicatària del servei designarà un representant que actuarà com a interlocutor amb l'Oficina de Comunicació de l'Ajuntament de Sitges. Sempre que no hi hagi aquest interlocutor, l'empresa s'encarregarà de vetllar per posar una persona en el seu lloc.

Aquest interlocutor ha de respondre de forma permanent a les necessitats de manteniment i gestió derivades de les xarxes socials del departament de comunicació de l'Ajuntament.

És indispensable presentar el Social Media Plan (pla de comunicació específic per a les xarxes socials de l'Ajuntament de Sitges) que guiarà el treball diari i l'estratègia de comunicació. En l'estratègia s'haurà de contemplar la resposta immediata a la ciutadania davant de les preguntes formulades a través dels diferents canals i l'increment d'usuaris.

Alhora caldrà elaborar una guia d'usos i estil de les XX.SS de l'Ajuntament.

A continuació es detallen les funcions principals de les xarxes socials:

FACEBOOK

- Interacció amb els seguidors (màxim de 24 hores)
- Garantir el creixement del nombre de seguidors
- Creació d'esdeveniments i d'activitats institucionals
- Àlbums de fotografies dels actes principals organitzats per l'Ajuntament de Sitges
- Publicació d'agenda d'activitats institucionals
- Elaboració i publicació de vídeos propis
- Actualització diària del perfil de Facebook

- Anàlisi de dades

TWITTER

- Actualització diària del perfil de twitter
- Interacció amb els seguidors (màxim de 24 hores)
- Publicació d'agenda d'activitats institucionals
- Links als àlbums de fotografies dels actes principals
- Links als vídeos publicats a youtube
- Garantir el creixement del nombre de seguidors
- Anàlisi de dades

INSTAGRAM

- Interacció amb seguidors
- Garantir el creixement del nombre de seguidors
- Fotografies creatives i molt pensades dels actes principals organitzats per l'Ajuntament de Sitges
- Publicació de vídeos propis
- Etiquetatge de totes les imatges amb hastags propis i comuns.
- Actualització diària del perfil d'Instagram
- Anàlisi de dades

YOUTUBE

- Elaboració i publicació de vídeos propis de les activitats i esdeveniments organitzats per l'Ajuntament de Sitges
- Tenir molt en compte el to d'entreteniment que identifica aquesta xarxa.
- Enllaç dels vídeos amb la resta de XX.SS
- Anàlisi de dades

Entre les funcions que haurà d'assumir l'empresa adjudicatària, s'hauran de dur a terme campanyes de pagament a les xarxes socials quan sigui necessari promocionar determinats esdeveniments o campanyes institucionals.

❖ COBERTURA DEL CALENDARI D'ACTES A COBRIR

Amb l'objectiu de generar continguts específics per a xarxes l'empresa adjudicatària haurà de donar cobertura a 15 actes obligatoris:

	Esdeveniment
1	Roda de Premsa d'interès municipal
2	Roda de Premsa d'interès municipal
3	Cavalcada de reis
4	Carnaval de Sitges
5	Festival de Patchwork
6	Ral·li Internacional de Cotxes d'Època Barcelona - Sitges
7	Corpus Christi
8	Nit de l'Esport
9	Festa Major de Sant Bartomeu
10	Festa Major de Santa Tecla
11	Festa de la Verema

12	Sitges, Festival Internacional de Cinema Fantàstic de Catalunya
13	Nit de Premis Sitges
14	Inici campanya de Nadal
15	El Meu Primer Tió

- El departament de Comunicació es reserva el dret a fer canvis en aquest calendari en cas de suspensió d'algun d'aquests esdeveniments o inclusió d'altres. Al inici de cada exercici es farà una revisió dels esdeveniments a cobrir per a cada any.

Efectuar inversions en anuncis als canals socials

Les inversions en anuncis als canals socials que haurà d'assumir l'empresa adjudicatària del contracte s'efectuaran prèvia aprovació de la campanya, i s'acreditaran mitjançant la presentació dels comprovants de pagament corresponents a cada campanya contractada.

L'import màxim anual per aquest concepte és 3.500 euros / any (IVA inclòs).

2. COMPETÈNCIES I PERFIL PROFESSIONAL DE L'EQUIP.

És indispensable tenir com a mínim a 1 persona a l'equip amb el següents requisits que poden recaure en la mateixa persona:

- Grau o llicenciatura en periodisme.
- Community manager de xarxes.
- Experiència prèvia acreditada en el sector de mínim 5 anys, en la gestió de xarxes socials d'àmbit institucional com Ajuntaments, Diputacions, etc.

Les xarxes socials es presenten com una oportunitat de posar a l'abast de més persones la possibilitat de participar, d'aprofitar la intel·ligència col·lectiva, de promoure la col·laboració i coresponsabilitat o poder donar a conèixer els resultats de la gestió d'una organització a la ciutadania.

El funcionament, el marc regulador, la tipologia de serveis i la naturalesa del servei públic de les Administracions públiques com l'Ajuntament, posen de manifest la seva complexitat. Existeixen elements que afecten la gestió de la comunicació al sector públic, com ara la complexitat política, financera/pressupostària, el marc competencial, la imatge de la institució, etc.

Tots aquests elements, que poden esdevenir greus problemes de comunicació a les Administracions, fan necessari una experiència prèvia acreditada en el sector de mínim 5 anys, en la gestió de xarxes socials d'àmbit institucional com Ajuntaments, Diputacions, etc.

Els licitadors s'hauran de comprometre a assignar al seu equip de treball les persones que compleixin els requisits de titulació, formació i experiència més amunt indicats

3. ORGANITZACIÓ DEL SERVEI

Abans de l'inici de l'any, serà indispensable presentar el Social Media Plan (pla de comunicació específic per a les xarxes socials de l'Ajuntament de Sitges) que guiarà el treball diari i l'estratègia de comunicació. En l'estratègia s'haurà de contemplar la resposta immediata a la ciutadania davant de les preguntes formulades a través dels diferents canals i l'increment d'usuaris.

Per dur a terme el seguiment del Pla de comunicació de XX.SS, els representants de l'Oficina de Comunicació de l'Ajuntament de Sitges i el representant designat per l'empresa hauran de coordinar-se setmanalment.

Seguint les prioritats marcades per l'Oficina de Comunicació, les persones designades per les dues parts es reuniran cada divendres per donar a conèixer els objectius principals per a la propera setmana. Els dilluns l'empresa presentarà el calendari a seguir amb l'activitat diària que es publicarà a les diferents xarxes socials.

També s'haurà de fer una avaluació d'un mínim d'una vegada al mes on l'empresa presentarà les dades i s'establiran els principals objectius a assolir en el proper mes.

4. ANALISI DE RENDIBILITAT I REPORTACIÓ DEL TREBALL

En l'àmbit de Xarxes socials els treballs encarregats han de permetre assolir els objectius següents:

- A Facebook: augmentar el nombre de fans de la marca, en especial d'aquells amb el perfil del nostre públic objectiu; el nivell de compromís i/o implicació (engagement) dels usuaris i del tràfic cap al lloc web.
- A Twitter, augmentar el nombre de seguidors, en especial d'aquells amb el perfil del nostre públic objectiu; el nivell de compromís i/o implicació (engagement) dels usuaris; el nombre de mencions de la marca i el tràfic cap al lloc web.
- A Instagram, augmentar el nombre de seguidors, en especial d'aquells amb el perfil del nostre públic objectiu; el nivell de compromís i/o implicació (engagement) dels usuaris i de les mencions de la marca.
- A Youtube, augmentar els subscriptors al canal i les visualitzacions del vídeo, en especial d'aquells amb el perfil del nostre públic objectiu. Així mateix, augment dels minuts de visualització i de les vegades que s'han compartit els vídeos.

4.1 Informe mensual

Anàlisi dels principals KPI's i la seva evolució en el temps.

Propostes de millora

4.2 Informe trimestral amb el contingut següent:

- L'evolució dels indicadors clau de rendiment (KPIs) i de la seva tendència, que prèviament s'hauran definit.
- Informe-inventari de totes les actuacions realitzades per canals socials, per temàtica i per distribució territorial i propostes per assolir millors resultats.
- La valoració dels assoliments a les xarxes gestionades segons els objectius marcats, les mètriques, les eines analítiques i la monitorització proposades pel proveïdor del servei, presentant les dades estadístiques, la interpretació i les propostes de millora per afinar l'estratègia comunicativa digital.
- Seguiment de l'evolució de la presència a les xarxes socials i els canvis funcionals que es produeixen i una anàlisi i proposta de possibles reorientacions de l'estratègia online si s'escau.
- Anàlisi de seguiment de la reputació online de la marca Sitges

4.3 Informe anual amb el contingut següent:

- Balanç global de cada perfil a la xarxa i del conjunt de l'evolució de la presència online de la marca Sitges.

- Propostes de millora atenent als resultats obtinguts.

4.4 Informes puntuals de crisi de reputació si es genera una situació de conflicte.

4.5 Drets de Propietat

Es cediran al departament / regidoria que pertorqui tots els drets de propietat intel·lectual i indústria que es pugui generar com a conseqüència de la prestació del servei objecte de la present licitació (tal com imatges, articles, documentació, material, continguts variis i/o qualsevol altre publicació, desenvolupament o comunicació que es generi per aquest projecte)

5. ALTRES OBLIGACIONS DEL CONTRACTISTA

Seràn obligacions del contractista:

a) Pla de seguretat i prevenció de riscos laborals

Serà responsabilitat de l'empresa adjudicatària assegurar-se que totes les activitats o feines desenvolupades per a l'execució del contracte s'ajustin a les obligacions establertes a les reglamentacions i disposicions legals, així com a la normativa vigent en matèria de Prevenció, Higiene i Seguretat en el Treball. En aquest sentit, l'adjudicatari haurà de disposar d'un Pla de Prevenció de Riscos Laborals.

b) Obligacions respecte del personal

L'empresa adjudicatària estarà obligada al compliment de tota la normativa en matèria laboral, de Seguretat Social i Convenis col·lectius sectorials vigents d'aplicació.

L'Ajuntament de Sitges és aliè a qualsevol vincle o dependència laboral, estatutària o de qualsevol mena amb l'esmentat personal, quedant en conseqüència l'Ajuntament exempt de qualsevol responsabilitat que es pugui derivar al respecte.

Seràn d'exclusiva responsabilitat de l'adjudicatari les conseqüències que poguessin derivar-se de l'incompliment d'aquesta obligació, pel personal al seu càrrec.

A nivell general, el personal de l'entitat adjudicatària ha de ser suficient en tot moment, i adequat d'acord amb els requisits establerts en el present plec, per a garantir la prestació del servei durant tota la durada del contracte. En cas de baixes del personal, caldrà preveure les substitucions necessàries, les quals seràn comunicades a l'Ajuntament a l'efecte de preservar la continuïtat en la prestació del servei i el compliment dels expressats requisits.

c) Despeses derivades de la cobertura d'actes del calendari.

El Dpt. de Comunicació no es farà responsable de les despeses d'allotjament o quilometratge derivades de l'assistència als actes del calendari turístic local definides en el punt 2 d'aquest plec de prescripcions tècniques i aquestes les haurà d'assumir l'empresa adjudicatària del contracte.

6. DESIGNACIÓ INTERLOCUTORS PER PART DE L'AJUNTAMENT

L'Ajuntament haurà de comunicar al personal al qual s'haurà de dirigir l'empresa adjudicatària a fi de formular quantes consultes resultin necessàries per a la realització de la seva activitat.

L'Ajuntament es farà responsable que les persones designades com interlocutores tinguin, o puguin disposar accés o requerir tota la informació necessària per a la realització de l'auditoria, així com que tinguin la qualificació, coneixement i experiència suficient i necessària per a l'adequada col·laboració amb el personal de l'empresa adjudicatària en l'execució del seu treball.

7. OBLIGACIONS ESPECÍFIQUES DE L'ADJUDICATARI

L'empresa adjudicatària es compromet a portar a terme la prestació del contracte amb la deguda diligència, amb l'estricta subjecció a les característiques establertes al contracte i dins dels terminis assenyalats, assumint, formalment, entre d'altres, les obligacions següents:

- a. Disposar d'una organització tècnica, econòmica i de personal adequada per a portar a terme, amb la deguda eficàcia, l'objecte del contracte, de conformitat amb els PCAP i els presents plecs.
- b. Estar al corrent de totes les obligacions legals, laborals i fiscals.
- c. Tenir contractades i mantenir vigents les pòlisses d'assegurança per responsabilitat civil.

LOT 2: CULTURA, TRADICIONS I FESTES

Les prestacions objecte del present contracte són les que es determinen i relacionen a continuació:

Servei de dinamització de les xarxes socials i redacció i actualització de continguts web

La Regidoria de Cultura disposa de diversos comptes a les xarxes socials (@CulturaSitges a Facebook, Twitter i Instagram) amb l'objectiu de donar a conèixer l'activitat cultural sitgetana, amb un seguiment 2.0 de campanyes culturals institucionals i/o d'esdeveniments d'important rellevància, així com de derivar tràfic al web de Cultura Sitges (www.culturasitges.cat), amb l'objectiu de millorar la comunicació, la difusió i la presència online de les polítiques públiques culturals de l'Ajuntament, d'altres organismes públics, d'associacions i col·lectius culturals, així com per apropar la informació cultural del municipi a tota la ciutadania per convertir-se un mitjà de referència cultural en l'àmbit local i comarcal.

L'objecte d'aquesta prestació és la contractació i coordinació dels recursos necessaris per a nodrir les xarxes socials pròpies dels continguts necessaris per complir l'objectiu de la Regidoria, així com la creació i actualització dels continguts del web de Cultura a partir dels continguts que es generin per les xarxes socials

L'empresa adjudicatària s'haurà de coordinar amb els departaments de Comunicació, Cultura, Tradicions i Festes de l'Ajuntament de Sitges per desenvolupar les següents tasques:

- Publicació de continguts web a les xarxes socials
- Redacció i publicació de continguts específics per a xarxes socials

- Retoc fotogràfic i realització de peces gràfiques si s'escau, per a les publicacions
- Interactuar amb altres canals a les xarxes socials d'esdeveniments, d'institucions, d'associacions i de col·lectius culturals
- Manteniment dels perfils dels diversos canals
- Respondre a les peticions i als missatges privats que formulin altres usuaris
- Cobertura en directe de 25 esdeveniments puntuals o especials com per exemple les inauguracions de les exposicions, concerts, Festival de Jazz, entre d'altres.
- Proposar continguts que generin interacció amb el públic
- Enviament de newsletter als usuaris registrats a les BBDD (com a mínim 1 cop al mes)
- Coordinar-se amb biblioteques, museus, comissions municipals, associacions i col·lectius locals per tal de difondre la seva activitat mitjançant les xarxes socials i el web.
- Gestió i seguiment del compte de correu info@culturaitges.cat
- Coordinar-se amb altres proveïdors de l'Ajuntament de Sitges que tinguin afectació amb les xarxes socials pròpies o amb la comunicació institucional
- Mailchimp (mínim 1 campanya anual)
- Entregar mètriques trimestrals de les xarxes socials:
 - o Número de seguidors
 - o Abast i impressions
 - Top 10 de publicacions
 - o Engagement
 - o Mencions
 - o ROI
- VIDEOGRAFIA:
 - o Realització aproximada de 10 vídeos anuals, a determinar pel departament de Cultura entre els actes que s'organitzen anualment, com per exemple les exposicions, Festival de Jazz, Dansa Sitges, concurs de pintura Sanvisens i d'escultura Pere Jou, entre d'altres.
- Supervisió i redacció de textos web en general
- Redacció i publicació de notícies al web i agenda del web
- Publicació d'articles de la revista 'La Xermada' al web
- Actualització dels banners, notícies i actes d'agenda destacats del web, així com de les diverses seccions i pàgines en general del web

- Retoc fotogràfic i realització de peces gràfiques si s'escau, per a les publicacions i actualitzacions web
- Gestió i seguiment del compte de correu actualitat@culturasisitges.cat
- Coordinar-se amb l'empresa proveïdora del hosting web i del programari web i amb altres proveïdors de l'Ajuntament de Sitges que tinguin afectació amb el web o amb la comunicació institucional
- Realització de campanyes SEM (com a mínim 1 cop a l'any i l'import de la campanya assumida directament per la Regidoria)
- Entregar mètriques trimestrals del web:
 - o Tràfic web
 - o Sessions i visites a la pàgina
 - Top 10 de pàgines més vistes
 - o Abast i impressions
 - o Posició mitjana
 - o CTR
 - o Percentatge de rebot

2. COMPETÈNCIES I PERFIL PROFESSIONAL DE L'EQUIP.

L'empresa adjudicatària assignarà un equip de treball conformat, com a mínim, pels següents perfils professionals (com a mínim es necessari una persona):

- Titulació de Llicenciatura o Grau de Periodisme.
- Redactora per a la pàgina web.
- Community manager.

Caldrà acreditar la següent experiència:

- Redacció de continguts digitals sobre temes relacionats en l'àmbit de la cultura, en els darrers 3 anys.
- Redacció d'articles de l'àmbit cultural en els darrers 3 anys.
- Desenvolupament de tasques de community manager en la gestió de xarxes socials culturals en els darrers 3 anys.

Aquests requisits poden recaure en la mateixa persona.

3. ORGANITZACIÓ DEL SERVEI

Seguint les prioritats marcades des de la regidoria de cultura, tradicions i festes, les persones designades per les dues parts es reuniran setmanalment per donar a conèixer els objectius principals per a la propera setmana. Periòdicament l'empresa presentarà el calendari a seguir amb l'activitat diària que es publicarà a les diferents xarxes socials.

4. ANALISI DE RENDIBILITAT I REPORTACIÓ DEL TREBALL

En l'àmbit de Xarxes socials els treballs encarregats han de permetre assolir els objectius següents:

- A Facebook: augmentar el nombre de fans de la marca, en especial d'aquells amb el perfil del nostre públic objectiu; el nivell de compromís i/o implicació (engagement) dels usuaris i del tràfic cap al lloc web.
- A Twitter, augmentar el nombre de seguidors, en especial d'aquells amb el perfil del nostre públic objectiu; el nivell de compromís i/o implicació (engagement) dels usuaris; el nombre de mencions de la marca i el tràfic cap al lloc web.
- A Instagram, augmentar el nombre de seguidors, en especial d'aquells amb el perfil del nostre públic objectiu; el nivell de compromís i/o implicació (engagement) dels usuaris i de les mencions de la marca.

4.1 Informe mensual

Anàlisi dels principals KPI's i la seva evolució en el temps.

Propostes de millora

4.2 Informe trimestral amb el contingut següent:

- L'evolució dels indicadors clau de rendiment (KPIs) i de la seva tendència, que prèviament s'hauran definit.
- Informe-inventari de totes les actuacions realitzades per canals socials, per temàtica i per distribució territorial i propostes per assolir millors resultats.
- La valoració dels assoliments a les xarxes gestionades segons els objectius marcats, les mètriques, les eines analítiques i la monitorització proposades pel proveïdor del servei, presentant les dades estadístiques, la interpretació i les propostes de millora per afinar l'estratègia comunicativa digital.
- Seguiment de l'evolució de la presència a les xarxes socials i els canvis funcionals que es produeixen i una anàlisi i proposta de possibles reorientacions de l'estratègia online si s'escau.
- Anàlisi de seguiment de la reputació online de la marca Sitges a nivell turístic.

4.3 Informe anual amb el contingut següent:

- Balanç global de cada perfil a la xarxa i del conjunt de l'evolució de la presència online de la marca Sitges
- Propostes de millora atenent als resultats obtinguts.

4.4 Informes puntuals de crisi de reputació si es genera una situació de conflicte.

4.5 Drets de Propietat

Es cediran al departament / regidoria que pertorqui tots els drets de propietat intel·lectual i indústria que es pugui generar com a conseqüència de la prestació del servei objecte de la present licitació (tal com imatges, articles, documentació, material, continguts variis i/o qualsevol altre publicació, desenvolupament o comunicació que es generi per aquest projecte)

5. ALTRES OBLIGACIONS DEL CONTRACTISTA

Seràn obligacions del contractista:

a) Pla de seguretat i prevenció de riscos laborals

Serà responsabilitat de l'empresa adjudicatària assegurar-se que totes les activitats o feines desenvolupades per a l'execució del contracte s'ajustin a les obligacions establertes a les reglamentacions i disposicions legals, així com a la normativa vigent en matèria de Prevenció, Higiene i Seguretat en el Treball. En aquest sentit, l'adjudicatari haurà de disposar d'un Pla de Prevenció de Riscos Laborals.

b) Obligacions respecte del personal

L'empresa adjudicatària estarà obligada al compliment de tota la normativa en matèria laboral, de Seguretat Social i Convenis col·lectius sectorials vigents d'aplicació.

L'Ajuntament de Sitges és aliè a qualsevol vincle o dependència laboral, estatutària o de qualsevol mena amb l'esmentat personal, quedant en conseqüència l'Ajuntament exempt de qualsevol responsabilitat que es pugui derivar al respecte.

Seràn d'exclusiva responsabilitat de l'adjudicatari les conseqüències que poguessin derivar-se de l'incompliment d'aquesta obligació, pel personal al seu càrrec.

A nivell general, el personal de l'entitat adjudicatària ha de ser suficient en tot moment, i adequat d'acord amb els requisits establerts en el present plec, per a garantir la prestació del servei durant tota la durada del contracte. En cas de baixes del personal, caldrà preveure les substitucions necessàries, les quals seran comunicades a l'Ajuntament a l'efecte de preservar la continuïtat en la prestació del servei i el compliment dels expressats requisits.

c) Despeses derivades de la cobertura d'actes del calendari.

El Dpt. de Cultura no es farà responsable de les despeses d'allotjament o quilometratge derivades de l'assistència als actes del calendari turístic local definides en el punt 2 d'aquest plec de prescripcions tècniques i aquestes les haurà d'assumir l'empresa adjudicatària del contracte.

6. DESIGNACIÓ INTERLOCUTORS PER PART DE L'AJUNTAMENT

L'Ajuntament haurà de comunicar al personal al qual s'haurà de dirigir l'empresa adjudicatària a fi de formular quantes consultes resultin necessàries per a la realització de la seva activitat.

L'Ajuntament es farà responsable que les persones designades com interlocutores tinguin, o puguin disposar accés o requerir tota la informació necessària per a la realització de l'auditoria, així com que tinguin la qualificació, coneixement i experiència suficient i necessària per a l'adequada col·laboració amb el personal de l'empresa adjudicatària en l'execució del seu treball.

7. OBLIGACIONS ESPECÍFIQUES DE L'ADJUDICATARI

L'empresa adjudicatària es compromet a portar a terme la prestació del contracte amb la deguda diligència, amb l'estricta subjecció a les característiques establertes al contracte i dins dels terminis assenyalats, assumint, formalment, entre d'altres, les obligacions següents:

- a. Disposar d'una organització tècnica, econòmica i de personal adequada per a portar a terme, amb la deguda eficàcia, l'objecte del contracte, de conformitat amb els PCAP i els presents plecs.
- b. Estar al corrent de totes les obligacions legals, laborals i fiscals.
- c. Tenir contractades i mantenir vigents les pòlisses d'assegurança per responsabilitat civil.

LOT 3 TURISME

1. PRESTACIONS OBJECTE DEL CONTRACTE

Juntament amb l'equip de la regidoria de turisme, **definició d'objectius, estratègia de gestió de les xarxes de Turisme de Sitges i pla d'accions** que tingui en compte especialment els continguts en format videografia i / o similars per tal de cobrir les diferents temàtiques i publicacions de les xarxes socials.

Social Media Optimization (SMO): optimitzar i augmentar les accions que es realitzin en els mitjans socials de Turisme de Sitges (xarxes socials, blogs, foros...) per aconseguir els objectius de màrqueting i comunicació fixats. Entre les tasques a realitzar:

- Planificació i execució d'accions d'increment, millora i activació de massa crítica, segmentats per targets concrets i per plataformes concretes.
- Investigació i desenvolupament de noves oportunitats en les eines que les xarxes van desenvolupant.
- Creació i optimització de continguts propis (fan pages, llocs web, etc..) i en altres llocs que haguem detectat que participa la nostra comunitat (blogs, foros, grups, xarxes...).
- Gestió de fugues, en cas d'haver-n'hi.

Propostes de promoció i fidelització de seguidors:

- Elaborar i executar una estratègia d'augment sostingut de seguidors conjuntament amb l'equip de màrqueting i comunicació de Turisme de Sitges, que pot incloure concursos i altres formes de participació, interacció amb usuaris prescriptors de referència, i altres tipus d'accions que es proposin.
- Gestió, assessorament i execució de campanyes promocionades a les xarxes socials segons pressupost indicat en la clàusula 2.10.
- Gestió, assessorament i execució de campanyes de email marketing amb campanya prèvia de captació de leads a través de les xarxes socials i amb Google Adwords.
- Incentivar, recompensar i reconèixer als seguidors que ens ajudin a difondre el contingut publicat.
- Aprofitar publicacions de tercers que publiquin sobre les nostres destinacions per captar nous seguidors.
- Gestió de fugues, en cas d'haver-n'hi.

Propostes de millora per les diferents xarxes socials: Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, LinkedIn i Tik Tok:

- Aportació de noves idees per millorar els resultats dels perfils i pàgines.
- Identificació i propostes de noves tendències a aplicar a les diferents xarxes socials per millorar la presència, el compromís, interacció i seguiment.
- Adaptar la creació de contingut i la seva dinamització a les noves funcionalitats que puguin generar i/o innovar les diferents plataformes on Sitges compta amb un perfil propi.
- Les publicacions que es facin a les xarxes de Turisme de Sitges han de disposar d'una imatge corporativa coherent i adequada al seu to comunicatiu.

- Identificació i creació de nous perfils en aquestes o altres xarxes d'interès que puguin sorgir.

Manteniment de base de dades de prescriptors; bloggers, influencers (instagramers, youtubers, etc.) i creadors de contingut:

- Inclusió de nous registres a la base de dades aconseguits a través d'accions.
- Cerca activa de bases de dades de bloggers i creadors de continguts de segments i mercats concrets.
- Cerca activa de bases de dades de prescriptors, segmentats per perfil (bloggers, instagramers, youtubers....) i creadors de continguts de segments i mercats concrets.
- Ampliació de la base de dades amb els contactes adquirits.
- Actualització de la base de dades de bloggers i creadors de continguts.
 - Valoració de prescriptors en general que poden ser d'interès per donar a conèixer la destinació: especialització, tipus i qualitat de continguts, presència online, nombre de seguidors, interacció, etc...

Creació d'un calendari de publicacions.

- Amb previsió suficient es treballarà i acordarà un calendari de publicacions mensual amb textos i imatges prèviament definides amb la persona designada de Turisme de Sitges.

Creació de continguts específics per a cada xarxa social

PERFIL DE LES PUBLICACIONS:

FACEBOOK

Mínim 5 publicacions a la setmana.

Generació de material videogràfic i fotogràfic, infografies d'alta qualitat propi.

Compartició de fotografies de tercers.

Adaptació dels dissenys gràfics de cada esdeveniment o campanya per a la seva publicació a Facebook.

Compartició dels stories d'Instagram.

Creació de campanyes publicitàries de pagament.

Interacció amb la comunitat.

Publicació en tres llengües: català, castellà i anglès. Valorable el francès com a idioma addicional.

TWITTER

Mínim 5 publicacions a la setmana.

Generació de material videogràfic, fotogràfic, infografies i altres formats a determinar propi d'alta qualitat

Compartició de continguts de tercers.

Adaptació dels dissenys gràfics de cada esdeveniment o campanya per a la seva publicació al Twitter.

Interacció amb la comunitat.

Publicacions en català i/o castellà.

INSTAGRAM

Mínim 5 publicacions al mur a la setmana.

Definir una estratègia específica de continguts en format fotogràfic, fotogràfic sobre temes com esdeveniments, història, recursos turístics i/o altres continguts a determinar.

Generació de material propi fotogràfic, fotogràfic i infografies d'alta qualitat propi.

Compartició de material generat per tercers.

Creació de campanyes publicitàries de pagament.

Interacció amb la comunitat

Publicació en tres llengües: català, castellà i anglès. Valorable el francès com a idioma addicional.

TIKTOK

Mínim 5 publicacions a la setmana.

Creació de continguts sobre esdeveniments, història, recursos turístics i/o altres continguts a determinar.

Generació de material propi fotogràfic, fotogràfic i infografies d'alta qualitat.

Compartició de material generat per tercers.

Interacció amb la comunitat.

Publicació en tres llengües: català, castellà i anglès. Valorable el francès com a idioma addicional.

YOUTUBE

Estructurar i optimitzar els continguts dels canals de Youtube

Creació de continguts sobre esdeveniments, història, recursos turístics i/o altres continguts a determinar.

Generació de material fotogràfic propi d'alta qualitat

Compartició continguts fotogràfics en formats Youtube Shorts.

Publicació en tres llengües: català, castellà i anglès.

TELEGRAM I LINKEDIN

Mínim 2 publicacions a la setmana.

Obrir nous canals a les dues xarxes socials.

Generació de material fotogràfic i infografies propi d'alta qualitat.

Estructurar i optimitzar els continguts, captar usuaris amb l'objectiu de generar una comunitat de perfil professional on compartir continguts vinculats a les accions dutes a terme des de la regidoria de turisme de l'Ajuntament de Sitges.

Interacció amb la comunitat.

Publicacions en català i/o castellà.

A partir de desembre 2024, gestió dels perfils a xarxes socials del Sitges Convention Bureau:

TWITTER

Mínim 2 publicacions a la setmana.

Generació de material fotogràfic, fotogràfic i infografies d'alta qualitat propi i compartició de piulades de tercers. Adaptació dels dissenys gràfics de cada esdeveniment o campanya per a la seva publicació.

Interacció amb la comunitat.

Publicacions en català i/o castellà i/o anglès.

LINKEDIN

Mínim 2 publicació a la setmana.

Generació de material fotogràfic, videogràfic i infografies d'alta qualitat propi i compartició de publicacions de tercers.

Adaptació dels dissenys gràfics de cada esdeveniment o campanya per a la seva publicació.

Interacció amb la comunitat

Publicacions en català i/o castellà i/o anglès.

Generació de contingut

D'entre el contingut gràfic a compartir en xarxes socials, el 65% haurà de ser de creació pròpia en format fotografia, videografia, infografia o d'altres que es considerin adients en funció dels requeriments de la regidoria de turisme i sempre en alta qualitat.

Cobertura d'actes del calendari turístic

Amb l'objectiu de generar continguts específics per a xarxes l'empresa adjudicatària haurà de donar cobertura com a mínim a 12 actes del calendari anual d'activitats turístiques de Sitges, tenint en compte que requerirà disponibilitat en cap de setmana, festius i en alguns casos, nocturnitat.

Els mínim d'actes pels quals es requerirà cobertura és;

Esdeveniment	Imputació d'hores
Carnaval de Sitges	12h en 3 dies
Festival de Patchwork	2h en 1 dia
Ral·li Internacional de Cotxes d'Època Barcelona - Sitges	3h en 1 dia
Corpus Christi	6h en 1 dia
Sitges Pride	8h en 2 dies
Verge del Carme	3h en 1 dia
Festa Major de Sant Bartomeu	8h en 2 dies
Festa Major de Santa Tecla	8h en 2 dies
Festa de la Verema i Mostra de Vins	5h 2 dies
Sitges, Festival Internacional de Cinema Fantàstic de Catalunya	6h en 2 dies
Sitges, Tapa a Tapa	2h en 1 dia
Winter Market	2h en 1 dia
Total	65 Hores / 19 dies

- Turisme de Sitges es reserva el dret a fer canvis en aquest calendari en cas de suspensió d'algun d'aquests esdeveniments o inclusió d'altres. Al inici de cada exercici es farà una revisió dels esdeveniments a cobrir per a cada any.
- Aquest nombre d'hores equival a un 4% del total fora de l'horari habitual segons conveni.

SMM, gestió de la publicitat de pagament a les xarxes socials.

- Definició dels diferents grups de mercat segmentats per aplicar les campanyes de publicitat en base a criteris definits i coordinats amb la regidoria de turisme.

- Planificació de les campanyes tenint en compte les diferents etapes dels embuts de comunicació i validant la estratègia per a cada segment de mercat.
- Planificació de les campanyes tenint en compte els diferents buyers persona definits des de la regidoria de turisme.
- Disseny de la imatge en els diferents formats segons el layout de cada campanya.
- Posada en marxa i seguiment de les campanyes.
- Anàlisi de les campanyes justificat amb els informes pertinents de costos i resultats.
- Proposta de properes campanyes i suggeriments de millora.

Efectuar inversions en anuncis als canals socials

Les inversions en anuncis als canals socials que haurà d'assumir l'empresa adjudicatària del contracte s'efectuaran prèvia aprovació de la campanya, i s'acreditaran mitjançant la presentació dels comprovants de pagament corresponents a cada campanya contractada.

L'import màxim anual per aquest concepte és de 24.992,59€/any.

Atenció als perfils 365/7/24 i temps de resposta

Realitzar una atenció a tots els perfils socials de 24 hores, 7 dies a la setmana i 365 dies a l'any a les consultes directes que realitzen els usuaris de les xarxes socials, amb aprovació de Turisme de Sitges en el cas que sigui necessari.

REVISIÓ LINGÜÍSTICA I EDICIÓ DE TEXTOS I FOTOS

Revisió integral de la gramàtica i l'ortotipografia de tots els textos generats i edició acurada dels continguts per part de professionals qualificats d'acord a l'estil i forma indicats per Turisme de Sitges a través del seu manual de comunicació.

2. COMPETÈNCIES I PERFIL PROFESSIONAL DE L'EQUIP.

És indispensable tenir com a mínim a dues persones a l'equip amb:

- Per al perfil de **Social Media Manager** (Director de xarxes socials).
 - o Titulació universitària: Grau, llicenciatura o diplomatura en periodisme, turisme o màrqueting.
 - o I cal que siguin professionals amb experiència acreditada en el sector de mínim 2 anys en la definició d'estratègies, planificació i execució de projectes de xarxes relacionats específicament amb el sector turístic i en la promoció de destinacions turístiques.
 - o Es requerirà experiència mínima d'un any en dues destinacions turístiques altres que Sitges.
- Per al perfil de **Community Manager**:
 - o Titulació universitària: Grau, llicenciatura o diplomatura en periodisme, turisme o màrqueting.

- I cal que siguin professionals amb experiència acreditada en el sector (mínim 1 any) en la gestió i manteniment de xarxes específicament del sector turístic i en la promoció de destinacions turístiques.
- Per al perfil de **Especialista en paid media**:
 - Titulació universitària: Grau, Llicenciatura o Diplomatura en periodisme, turisme o màrqueting.
 - I cal que siguin professionals amb experiència acreditada (mínim 1 any) en la realització de tasques de gestió, planificació i contractació de campanyes publicitàries de pagament en tots els canals digitals a través de publicitat programàtica així com Google Ads per campanyes de vídeos, remarketing i displays, i d'altres.
- **Per al perfil d'especialista en la creació de continguts** en formats fotografia, videografia i infografia per a xarxes:
 - Titulació universitària: grau, llicenciatura, diplomatura en disseny gràfic
 - I cal que siguin professionals amb experiència professional acreditada (mínim 1 any) en la realització de vídeos, fotos i infografies per a xarxes socials.
- Cal que com a mínim, una de les persones que formaran l'equip tingui la **titulació B2 del MECRL (Marc Comú de Referència per les Llengües) o equivalent d'anglès**. L'adjudicatari haurà d'indicar clarament que posseeix la titulació requerida, així com la certificació de la competència del personal en l'esmentat nivell.
 En cas de diplomes equivalents, s'haurà de presentar document veraç que acrediti homologació, i equivalència amb el Marc Europeu Comú de Referència per l'aprenentatge, l'ensenyament i l'avaluació de les llengües (MECRL), d'acord amb la resolució EDU/1714/2021, de 3 de juny, d'actualització de títols, diplomes i certificats d'acreditació de la competència en llengües estrangeres en l'àmbit del Departament d'Educació.
 No es tindran en compte diplomes o certificats d'idiomes de nivell inferior al descrit, ni aquells l'equivalència dels quals no quedi clarament acreditada.

Els licitadors s'hauran de comprometre a assignar al seu equip de treball les persones que compleixin els requisits de titulació, formació i experiència més amunt indicats.

* Varis d'aquests requisits poden recaure en la mateixa persona. El número mínim de persones per tal de donar el servei serà de 2.

3. ORGANITZACIÓ DEL SERVEI

L'empresa adjudicatària ha d'assignar la figura d'un responsable de projecte, amb capacitat d'interlocució, que sigui el nexa permanent amb el personal de Turisme de Sitges i que realitzi la coordinació. Els treballs es realitzaran a les dependències de l'adjudicatari i per tant no serà necessària la presència física dels consultors a les seus de Turisme de Sitges. No obstant es realitzaran reunions TRIMESTRALS amb l'equip de màrqueting i comunicació de cada marca per presentar els informes de seguiment. Dins dels percentatges de dedicació previstos en aquest plec, la prestació es realitzarà durant els 365 dies de l'any, amb llibertat horària però amb disponibilitat d'atenció a les necessitats de la regidoria en horari d'oficina de dilluns a divendres de 9 a 16h.

Es contempla un màxim de 1.684 hores/ any.

Els serveis addicionals seran encarregats mitjançant nota d'encàrrec en què s'especificarà el contingut del servei i l'abast temporal tot aplicant el preu/hora ofert pel contractista. L'incompliment d'una nota d'encàrrec podrà donar lloc a la resolució del contracte. Les inversions en campanyes de publicitat, prèvia aprovació d'aquestes pel Turisme de Sitges, s'acreditaran mitjançant la presentació dels comprovants de pagament corresponents a cada campanya contractada.

4. ANALISI DE RENDIBILITAT I REPORTACIÓ DEL TREBALL

4.1. En l'àmbit de Xarxes socials els treballs encarregats han de permetre assolir els objectius següents:

- A Facebook: augmentar el nombre de fans de la marca, en especial d'aquells amb el perfil del nostre públic objectiu; el nivell de compromís i/o implicació (engagement) dels usuaris i del tràfic cap al lloc web.
- A Twitter, augmentar el nombre de seguidors, en especial d'aquells amb el perfil del nostre públic objectiu; el nivell de compromís i/o implicació (engagement) dels usuaris; el nombre de mencions de la marca i el tràfic cap al lloc web.
- A Instagram, augmentar el nombre de seguidors, en especial d'aquells amb el perfil del nostre públic objectiu; el nivell de compromís i/o implicació (engagement) dels usuaris i de les mencions de la marca.
- A Youtube, augmentar els subscriptors al canal i les visualitzacions del vídeo, en especial d'aquells amb el perfil del nostre públic objectiu. Així mateix, augment dels minuts de visualització i de les vegades que s'han compartit els vídeos.
- A Tik Tok, augmentar els subscriptors al canal i les visualitzacions del vídeo, en especial d'aquells amb el perfil del nostre públic objectiu. Així mateix, augment dels minuts de visualització i de les vegades que s'han compartit el contingut.
- A Telegram, obrir el canal com a eina de comunicació amb un públic més professional del sector turístic, tan local com de l'àrea d'influència. Augment del nombre de subscriptors.
- A LinkedIn, obrir el canal com a eina de comunicació amb un públic més professional del sector turístic, tan local com de l'àrea d'influència. Augment del nombre de subscriptors i l'engagement amb els usuaris.

4.2. L'adjudicatari haurà d'emetre els següents informes:

4.2.1 Informe trimestral amb el contingut següent:

- L'evolució dels indicadors clau de rendiment (KPIs) i de la seva tendència, que prèviament s'hauran definit.
- Informe-inventari de totes les actuacions realitzades per canals socials, per temàtica i per distribució territorial i propostes per assolir millors resultats.
- La valoració dels assoliments a les xarxes gestionades segons els objectius marcats, les mètriques, les eines analítiques i la monitorització proposades pel proveïdor del servei, presentant les dades estadístiques, la interpretació i les propostes de millora per afinar l'estratègia comunicativa digital.

- Seguiment de l'evolució de la presència a les xarxes socials i els canvis funcionals que es produeixen i una anàlisi i proposta de possibles reorientacions de l'estratègia online si s'escau.
- Anàlisi de seguiment de la reputació online de la marca Sitges a nivell turístic.

4.2.2 Informe mensual amb el contingut següent:

- Resultats dels KPI's bàsics mensuals definits prèviament amb la regidoria de turisme.
- Propostes de millora

4.2.3 Informe anual amb el contingut següent:

- Balanç global de cada perfil a la xarxa i del conjunt de l'evolució de la presència online de la marca Sitges en un context turístic.
- Propostes de millora atenent als resultats obtinguts.
- Benchmark i comparatiu amb els principals competidors consensuats entre les dues parts.

4.2.4 Informes puntuals de crisi de reputació si es genera una situació de conflicte.

4.2.5 Drets de Propietat

Es cediran a Turisme de Sitges tots els drets de propietat intel·lectual i indústria que es pugui generar com a conseqüència de la prestació del servei objecte de la present licitació (tal com imatges, articles, documentació, material, continguts variis i/o qualsevol altre publicació, desenvolupament o comunicació que es generi per aquest projecte)

5. ALTRES OBLIGACIONS DEL CONTRACTISTA

Seran obligacions del contractista:

a) Pla de seguretat i prevenció de riscos laborals

Serà responsabilitat de l'empresa adjudicatària assegurar-se que totes les activitats o feines desenvolupades per a l'execució del contracte s'ajustin a les obligacions establertes a les reglamentacions i disposicions legals, així com a la normativa vigent en matèria de Prevenció, Higiene i Seguretat en el Treball. En aquest sentit, l'adjudicatari haurà de disposar d'un Pla de Prevenció de Riscos Laborals.

b) Obligacions respecte del personal

L'empresa adjudicatària estarà obligada al compliment de tota la normativa en matèria laboral, de Seguretat Social i Convenis col·lectius sectorials vigents d'aplicació.

L'Ajuntament de Sitges és aliè a qualsevol vincle o dependència laboral, estatutària o de qualsevol mena amb l'esmentat personal, quedant en conseqüència l'Ajuntament exempt de qualsevol responsabilitat que es pugui derivar al respecte.

Seran d'exclusiva responsabilitat de l'adjudicatari les conseqüències que poguessin derivar-se de l'incompliment d'aquesta obligació, pel personal al seu càrrec.

A nivell general, el personal de l'entitat adjudicatària ha de ser suficient en tot moment, i adequat d'acord amb els requisits establerts en el present plec, per a garantir la prestació del servei durant tota la durada del contracte. En cas de baixes del personal, caldrà preveure les substitucions necessàries, les quals seran

comunicades a l'Ajuntament a l'efecte de preservar la continuïtat en la prestació del servei i el compliment dels expressats requisits.

c) Despeses derivades de la cobertura d'actes del calendari turístic.

La Regidoria de turisme no es farà responsable de les despeses d'allotjament o quilometratge derivades de l'assistència als actes del calendari turístic local definides en el punt 2 d'aquest plec de prescripcions tècniques i aquestes les haurà d'assumir l'empresa adjudicatària del contracte.

6. DESIGNACIÓ INTERLOCUTORS PER PART DE L'AJUNTAMENT

L'Ajuntament haurà de comunicar al personal al qual s'haurà de dirigir l'empresa adjudicatària a fi de formular quantes consultes resultin necessàries per a la realització de la seva activitat.

L'Ajuntament es farà responsable que les persones designades com interlocutores tinguin, o puguin disposar accés o requerir tota la informació necessària per a la realització de l'auditoria, així com que tinguin la qualificació, coneixement i experiència suficient i necessària per a l'adequada col·laboració amb el personal de l'empresa adjudicatària en l'execució del seu treball.

7. OBLIGACIONS ESPECÍFIQUES DE L'ADJUDICATARI

L'empresa adjudicatària es compromet a portar a terme la prestació del contracte amb la deguda diligència, amb l'estricta subjecció a les característiques establertes al contracte i dins dels terminis assenyalats, assumint, formalment, entre d'altres, les obligacions següents:

- d.** Disposar d'una organització tècnica, econòmica i de personal adequada per a portar a terme, amb la deguda eficàcia, l'objecte del contracte, de conformitat amb els PCAP i els presents plecs.
- e.** Estar al corrent de totes les obligacions legals, laborals i fiscals.
- f.** Tenir contractades i mantenir vigents les pòlisses d'assegurança per responsabilitat civil.