

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES

EXPEDIENT NÚM.: 2024_EXP_F204_0001260- CDRB/2024/0026723

CONTRACTACIÓ DEL SERVEI DE GENERACIÓ DE CONTINGUTS, PLANIFICACIÓ, I DINAMITZACIÓ DE LES XARXES SOCIALS I PAGINA WEB, DE LA MAR DE MUSEUS. XARXA DE MUSEUS MARÍTIMS DE PARLA CATALANA DEL CONSORCI DE LES DRASSANES REIALS I MUSEU MARÍTIM DE BARCELONA.

CONTRACTE	
Tipus	Tramitació ordinària, procediment obert simplificat, no subjecte a regulació harmonitzada
Pressupost base de licitació	Preu base de licitació biennal de 14.520,00 €, IVA inclòs
Descripció	Contractació del servei de generació de continguts, planificació, i dinamització de les xarxes socials i pagina web, de La Mar de Museus. Xarxa de Museus Marítics de Parla Catalana del Consorci de les Drassanes Reials i Museu Marítim de Barcelona.

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES QUE REGIRAN EL CONTRACTE DE SERVEI DE GENERACIÓ DE CONTINGUTS, PLANIFICACIÓ, I DINAMITZACIÓ DE LES XARXES SOCIALS I PÀGINA WEB, DE LA MAR DE MUSEUS. XARXA DE MUSEUS MARÍTIMS DE PARLA CATALANA DEL CONSORCI DE LES DRASSANES REIALS I MUSEU MARÍTIM DE BARCELONA.

EXPEDIENT NÚM.: 2024_EXP_F204_0001260- CDRB/2024/0026723

PRIMERA – ANTECEDENTS

1.1) Antecedents

La Mar de Museus. Xarxa de Museus Marítims de Parla Catalana, liderada pel Museu Marítim de Barcelona, es va crear fa 25 anys. Reuneix museus i entitats amb l'objectiu de promoure la salvaguarda i la protecció del patrimoni marítim, impulsar el seu estudi, contribuir a la seva difusió i sensibilitzar la societat de la seva importància com a part integrant de la cultura i la història de Catalunya.

La Xarxa de Museus Marítims de Parla Catalana està formada per:

Museu Marítim de Barcelona, que actua com a capçalera

Museu de les Terres de l'Ebre, Amposta

Museu del Mar, Lloret de Mar

Museu d'Història de Cambrils

Museu del Port de Tarragona

Museu d'Història de Sant Feliu de Guíxols

Espai Far, Vilanova i la Geltrú

Museu de la Pesca, Palamós

Consorti del Patrimoni de Sitges

Museu de la Mediterrània, Torroella de Montgrí

Museu de l'Anxova i de la Sal, L'Escala

Museu Municipal de Nàutica del Masnou

Paratge de Paulilles, Portvendres, França

Museu de Mataró

Aj. de Calafell / Centre d'Interpretació del Calafell Pescador "La Confraria".

Consorti del Museu Marítim de Mallorca.

Durant aquests 25 anys, la xarxa ha treballat conjuntament impulsant projectes compartits, especialment en el camp de la documentació i la difusió del patrimoni marítim. També ha prestat una especial atenció a la formació dels membres de la xarxa i al suport tècnic en el desenvolupament de les actuacions de cada museu, sobretot prestant assessorament i suport tècnic als seus membres.

Aquest llarg període de funcionament ha permès avaluar l'activitat de la xarxa i determinar la necessitat de dotar-se d'un pla estratègic que orientés la seva actuació en els propers anys. El pla estratègic elaborat durant 2023 i inicis de 2024 ha estat el resultat d'un procés participatiu, assistit per una consultora qui ha vetllat pel rigor dels processos.

Durant la fase de diagnosi del pla es va determinar que un dels aspectes de la Xarxa amb més ampli marge de millora era el de difusió del patrimoni marítim -disciplina de treball dels museus membres-, l'existència de la pròpia Xarxa, i les actuacions, tan individuals com col·lectives que es duen a terme per assolir els objectis de l'estructura de cooperació.

Aquesta constatació es va refermar en la formulació dels objectius estratègics del Pla i en la prioritització de les actuacions identificades, sent una d'elles la redacció d'un pla de comunicació. El Pla estratègic estableix:

Objectiu estratègic 2: "Desplegar accions i propostes amb impacte en el desenvolupament de la protecció i promoció del patrimoni marítim en general i de les funcions que realitzen els seus membres en particular"

Línia estratègica 2.1. "Visibilitzar les propostes de valor dels membres, mitjançant una estratègia comunicativa estable i eficaç".

Tres actuacions s'associen a aquesta línia estratègica:

- a) Definir l'estratègia de comunicació de la xarxa, tot atenent les necessitats individuals i de conjunt.
- b) Disposar d'un servei de gestió de la comunicació que faci del web i les xarxes socials de la xarxa, veritables aparadors de les col·leccions i les propostes de valor dels museus, tant individuals com les realitzades a partir de projectes comuns.
- c) Dissenyar i implementar activitats comunes de difusió del patrimoni marítim en el marc de dates assenyalades.

Així doncs, totes les actuacions definides al Pla estratègic de la Xarxa han d'integrar-se en una visió global, que es materialitza en una proposta de Pla de comunicació de la Xarxa, coherent amb la missió i la visió de l'estructura.

1.2) Objectius estratègics

Els objectius estratègics del contracte són:

- Potenciar el coneixement extern de la Xarxa i convertir-la en referent de divulgació del patrimoni marítim als territoris de parla catalana.
- Cohesionar i potenciar l'impacte comunicatiu de cada un dels museus membres per augmentar l'abast del seu missatge i la captació de nous públics.

- Millorar la imatge i el missatge corporatiu de la Xarxa.
- Incorporar la visió de comunicació a l'estratègia general de la Xarxa i crear un nou model de gestió.

Amb la voluntat de dur a terme els objectius estratègics a dalt detallats, atenent que el Consorci de les Drassanes Reials i Museu Marítim de Barcelona no disposa dels recursos humans especialitzats, s'ha considerat necessari acudir a la contractació externa d'una empresa especialitzada en el servei de Community Manager. per tal de gestionar, potenciar la comunicació i posicionar millor la Xarxa.

1.3) Objectius específics

La contractació té els objectius específics següents:

- Planificar l'estratègia de comunicació i els seus continguts a les xarxes socials i web dels museus membres i de l'estructura com a marca.
- Desenvolupar l'estratègia comunicativa a les xarxes socials i web, difonent les singularitats i atractius de cada museu membre, especialment en l'oferta especialitzada i aquelles activitats que afavoreixin el gaudi dels ciutadans.
- Realitzar informes mensuals o periòdics segons les necessitats, així com el mesurament dels resultats i la presentació d'impactes.
- Fidelitzar l'audiència i arribar a nous usuaris.

SEGONA – OBJECTE DEL CONTRACTE

2.1) Descripció

L'objecte del contracte és el *“Servei de generació de continguts, planificació, i dinamització de les xarxes socials i pagina web, de La Mar de Museus. Xarxa de Museus Marítims de Parla Catalana del Consorci de les Drassanes Reials i Museu Marítim de Barcelona”*.

2.2) Àmbit geogràfic, i lingüístic

L'àmbit geogràfic del servei és el territori de les entitats adherides a la *“La Mar de Museus. Xarxa de Museus Marítims de Parla Catalana del Consorci de les Drassanes Reials i Museu Marítim de Barcelona”*.

2.3) Temàtiques

Es tractaran els continguts relacionats amb el patrimoni i la cultura marítims temàtiques gestionades pels museus marítims que formen La Mar de Museus: Col·leccions; paratges naturals i elements patrimonials marítims del litoral; cultura, gent de mar, gastronomia, etc.

Es dinamitzaran els esdeveniments de caire marítim que tenen lloc a l'àmbit geogràfic dels museus de La Mar de Museus, com ara regates, navegacions, festivals i festes marineres, festes religioses vinculades amb la gent de mar...

Es faran servir atributs bàsics per descriure La Mar de Museus: costa, litoral, mar, naturalesa, gastronomia, cultura, museu, col·leccions patrimonials, benvinguda, hospitalitat, així com atributs complementaris: proximitat, diversió, diversitat, tradició i modernitat.

2.4) Xarxes a gestionar

El contractista haurà de gestionar, com a mínim, les xarxes i pàgina web següents:

<https://www.instagram.com/lamardemuseus/>
<https://www.youtube.com/@LaMardeMuseus>
<https://museusmaritims.mmb.cat/>

En cas de creació d'una nova xarxa serà obligació del contractista gestionar-la sense que derivi cap modificació del contracte ni cost afegit. Com a màxim podrà gestionar-ne 4.

TERCERA – TASQUES A REALITZAR

3.1) Realització del calendari d'edició

El contractista presentarà un calendari d'edició mensual a la coordinació de comunicació digital de La Mar de Museus (en endavant LMM), amb una antelació mínima de dues setmanes abans que comenci cada mes, per tal d'obtenir una validació global. Durant aquest període de temps es procedirà com es detalla a continuació:

1. La coordinació de comunicació digital de LMM validarà en un màxim dels primers tres dies la proposta de calendari inicial.
 El contractista enviarà el calendari a tots els museus de la Xarxa, els quals podran fer les modificacions convenients, si escauen, ajustar-ne els continguts amb nou material i donar-ne l'aprovació per a la publicació dels continguts. Si no es reben modificacions en aquest termini es procedirà amb el calendari acordat.

El calendari contindrà el contingut exacte proposat i diferenciat per a cadascuna de les xarxes socials on es publicarà:

Instagram:

- La quantitat i freqüència de publicacions a Instagram.
- Les temàtiques que es volen mencionar.
- La proposta de textos a publicar i la selecció de fotos i/o vídeos corresponents.
- El nombre de publicacions i les fotos il·lustratives i/o vídeos que les enriqueiran, especificant les dates de publicació.
- Vinculació de continguts entre xarxes socials i pàgina web.

YouTube:

- Concepció de l'estructura de continguts segons temàtiques i d'acord amb LMM.
- Dates del material que es publica i concepció de textos breus explicatius per a cada vídeo, d'acord amb les indicacions de LMM.
- Vinculació de continguts entre xarxes socials i pàgina web.

Pàgina web:

- Adequació dels textos concebuts per a Instagram i/o YouTube amb l'objectiu de que la pàgina web complementi i enriqueixi els continguts ja publicats a les xarxes socials.
- Selecció de continguts de la pàgina web per concebre posts per a les xarxes socials.

3.2) Gestió dels perfils de les xarxes socials de LMM, i la informació relacionada a la pàgina web.

El contractista durà a terme el manteniment i l'actualització dels perfils de les xarxes socials de La Mar de Museus i les seccions “Destacats” de la pàgina web o qualsevol altre secció que sigui rellevant per a la gestió de continguts digitals.

3.3) Contingut de les obligacions

El contractista idearà, redactarà i editarà els continguts d'acord amb el material facilitat pels museus de la Xarxa i en base a iniciativa pròpia per crear-ne de nous, tot en base a una estratègia de continguts acordada.

El contractista concebrà un disseny genèric enfocat als continguts de la plataforma d'IG (feed, destacats, stories, perfil, reels..).

Concretament haurà de realitzar les tasques que es descriuen a continuació:

- a) Realitzar publicacions amb la freqüència i en la quantitat següent, en funció de cadascuna de les xarxes previstes:

Instagram:

Publicar com a mínim 6 post/ any i les imatges corresponents i, publicar com a mínim, 6 stories a l'any i fer el seu seguiment. Els continguts es generaran en català i, si s'escau, s'haurà d'interactuar amb els seguidors.

YouTube:

Es faran un mínim de 6 publicacions a l'any.

Pàgina web:

La freqüència de publicació serà mensual (mínim 12 publicacions a l'any).

En portar a terme dites tasques, l'empresa contractista haurà de detectar els “*influencers*” per a cadascun d'aquests perfils socials i gestionar la resposta de mencions, i notícies d'altres “*stakeholders*” (grups d'interès) així com gestionar la vitalització dels continguts, si s'escau.

L'empresa contractista farà l'etiquetatge de les imatges amb hashtags propis i comuns

- b) El contractista participarà en esdeveniments de la LMM, on visitarà alguns dels museus i crearà mini reportatges o vídeos per difondre als canals de LMM. Com a mínim visitarà 3 entitats pertanyents a la LMM per any, on participarà com a mínim en 3 esdeveniments per any.

3.4) Control de crisis

En cas de publicacions negatives o reaccions adverses per part dels usuaris, el contractista serà el responsable de gestionar la situació de crisis, seguint les indicacions de la coordinació de LMM.

3.5) Avaluació dels resultats

La captació d'usuaris constitueix un element clau d'aquesta licitació, ja que el seu objectiu últim és potenciar el coneixement pel públic general de les accions de protecció i promoció del patrimoni marítim que desenvolupen els membres de la LMM.

La comprovació del ressò d'aquesta iniciativa es durà a terme a través del mesurament de 3 variables:

- Influència als mitjans socials (quantitat de subscriptors, nous subscriptors, etc.).
- Participació dels seguidors mitjançant comentaris, likes...
- Trànsit generat als perfils socials cap al web de La Mar de Museus (monitorització del trànsit, Google Analytics, etc.).

L'empresa contractista presentarà un informe en finalitzar cada any de contracte, especificant els percentatges d'increment en el nombre de seguidors, abast de les publicacions de la LMM i creixement del grau d'interacció amb els seguidors, diferenciant segons cadascuna de les xarxes socials incloses (Instagram, Youtube i pàgina web).

Concretament, per a cadascun dels ítems assenyalats i en relació amb les tres xarxes socials esmentades, els percentatges de creixement a assolir durant cada any de contracte hauran de ser com a mínim:

Instagram

- Creixement en el nombre de seguidors, almenys en un 12% anual.
- Creixement de l'abast de les publicacions, almenys d'un 9% anual.
- Creixement del grau d'interacció dels seguidors (Engagement), almenys d'un 6% anual.

Youtube

- Creixement en el nombre de seguidors, almenys en un 9% anual.
- Creixement de l'abast de les publicacions, almenys d'un 5% anual.
- Creixement del grau d'interacció dels seguidors (Engagement), almenys d'un 3% anual.

Pàgina web:

- Creixement de l'abast de les publicacions, almenys d'un 5% anual.

QUARTA- COORDINACIÓ I EQUIP DE TREBALL

El contractista designarà un interlocutor permanent durant l'execució del contracte, amb capacitat de prendre decisions i que serà l'interlocutor amb el Consorci i responsable de l'equip destinat a l'execució del contracte.

Per a l'execució del contracte, s'adscriurà, com a mínim una persona amb els següents requisits:

- Estar en possessió d'una titulació de Grau en Periodisme, Publicitat o Comunicació Audiovisual; o bé estar en possessió d'una titulació d'altres Graus universitaris amb una formació complementària en Gestió de Xarxes Socials; o bé estar en possessió d'una titulació d'altres Graus universitaris amb mínim de tres anys d'experiència en un mitjà de comunicació, una empresa audiovisual o un departament de comunicació en l'àmbit de la comunicació, dins dels últims cinc anys naturals.
- Acreditar un mínim de 3 anys d'experiència professional remunerada com a Gestor de Xarxes Socials (Community Manager)
- Acreditar haver gestionat perfils socials de com a mínim 8.000 seguidors.

Aquesta persona podrà recaure en la mateixa persona que l'interlocutor amb el Consorci.

CINQUENA.- EQUIPAMENT I MATERIAL

El preu del contracte inclou totes les despeses necessàries per a la prestació del servei: material tècnic, material audiovisual, equip humà, línies de comunicacions, eines de treball, benefici industrial, desplaçaments i qualsevol altra relacionada directament amb la creació, adaptació, correcció i traduccions dels continguts de les publicacions i accions comunicatives.

Quan l'empresa contractista hagi de crear contingut fotogràfic i/o audiovisual, es requerirà equipament per enregistrar imatges HD (mòbil d'última generació o càmera) i micròfons direccionals per assegurar un resultat de qualitat.

Com a mínim, el contractista haurà de disposar:

- Software d'ofimàtica i d'edició de fotografia i vídeo
- 1 ordinador per realitzar la gestió dels comptes de xarxes socials.
- 1 telèfon mòbil amb càmera, equipats per garantir la qualitat del so i de la imatge en l'enregistrament final que es compartirà a les xarxes socials.

SISENA.- ACCESSIBILITAT

Tots els continguts generats per les Administracions Públiques que es difonen a través de les xarxes socials han de complir amb els requisits mínims d'accessibilitat recollits a la Llei 13/2014 d'accessibilitat de Catalunya i amb la Llei 11/2023, de 8 de maig, de transposició de Directives de la Unió Europea en matèria d'accessibilitat de determinats productes i serveis i normatives que les desenvolupen. Així, qualsevol arxiu multimèdia (àudio, vídeo, àudio i vídeo), gràfiques, textos o imatges publicats a les xarxes socials dels comptes del Museu Marítim de Barcelona, han de ser accessibles dins de les possibilitats que ofereix cadascuna de les plataformes.

L'empresa contractista ha de seguir les pautes i criteris d'accessibilitat establerts i que indiqui el Consorci.

SETENA.- DRETS DE PROPIETAT INTEL·LECTUAL

Sense perjudici dels coneixements adquirits pel contractista com a conseqüència de l'execució del contracte, la propietat intel·lectual dels treballs realitzats seran propietat en exclusiva del Consorci de les Drassanes Reials i Museu Marítim de Barcelona.

El Consorci de les Drassanes Reials i Museu Marítim de Barcelona serà l'única i exclusiva titular dels desenvolupaments realitzats, de manera que li correspondrà la seva explotació i ús en totes les modalitats legalment permeses i autoritzades.

L'adjudicació del contracte comporta, per part del contractista, la cessió i transmissió al Consorci de les Drassanes Reials i Museu Marítim de Barcelona amb caràcter d'exclusiva i amb facultats de transmissió a tercers, sense limitacions temporals ni territorials, dels drets de propietat industrial, intel·lectual i d'explotació dels treballs realitzats en qualsevol forma, mitjançant qualsevol suport o mitjà, i per qualsevol procediment tècnic o sistema d'explotació conegut o per conèixer.

Barcelona,
Lluïsa Prieto García
Cooperació Internacional i Xarxes
Àrea d'Acció Corporativa



Metadades del document

Núm. expedient	CDRB/2024/0026723
Tipus documental	Plica
Títol	PPT

Signatures

Signatari	Acte	Data acte
Lluïsa Prieto Garcia (TCAT)	Signa	27/11/2024 09:23

Validació Electrònica del document

Codi (CSV)	Adreça de validació	QR
6cb9eedd9e326afdee65	https://seuelectronica.diba.cat	

