



PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES PER LA CONTRACTACIÓ DELS SERVEIS DE GESTIÓ DE LA PÀGINA WEB I LES XARXES SOCIALS DE LA CASA DE CULTURA LES BERNARDES

1. Objecte del contracte

L'objecte del contracte és el servei d'assistència tècnica per a la gestió de la pàgina web i de les xarxes socials de La Casa de Cultura Les Bernardes (en endavant CCLB), com poden ser el Facebook, X (Twitter), Instagram, Vimeo i Youtube. Inclou l'actualització, dinamització, promoció i l'anàlisi d'aquests perfils.

- Pàgina web: <https://www.bernardes.cat>
- Facebook: <https://www.facebook.com/lesbernardessalt>
- X (Twitter): <https://twitter.com/LesBernardes>
- Instagram: <https://www.instagram.com/lesbernardes>
- Vimeo: <https://vimeo.com/lesbernardes/videos>
- Youtube: <https://www.youtube.com/@lesbernardes4237>

2. Objectius del servei

El servei contractat ha de garantir una presència sòlida i eficient de la CCLB a les xarxes socials, amb els següents objectius estratègics:

- Augmentar la visibilitat de les activitats culturals de la CCLB.
- Fomentar la interacció i participació del públic en els esdeveniments.
- Mantenir una comunicació clara i eficaç amb la ciutadania.
- Garantir una imatge institucional coherent i alineada amb els valors de la CCLB.

3. Tasques i responsabilitats del contractista

El contractista ha d'assumir les següents tasques i responsabilitats:

- Reunió de coordinació en el termini d'una setmana des de la formalització del contracte.
- En el termini d'un mes de la reunió de coordinació, presentació d'un Pla de comunicació de xarxes socials i web el qual ha d'incloure les següents actuacions:
 - Prospecció d'oportunitats comunicatives a les xarxes socials i/o canals de comunicació.
 - Compartició d'aquells missatges publicats a les xarxes socials que es considerin oportuns seguint les directrius de la CCLB.
 - Idear i implementar concursos i/o accions promocionals a les xarxes socials de la CCLB, d'acord amb el vistiplau de la Coordinació de la





- CCLB; així com fomentar la participació dels usuaris, en el cas que sigui necessari.
 - Detectar necessitats de contingut demandades pels usuaris pel que fa a la pàgina web de la CCLB per a la seva possible creació o desenvolupament futur.
 - Donar especial rellevància a la difusió de les activitats culturals en períodes d'inauguració d'exposicions a la CCLB.
-
- Gestió i actualització dels perfils institucionals de la CCLB, amb consideració els períodes d'inauguració dels cicles expositius, així com d'exposicions puntuals al llarg de l'any.
 - Creació de continguts audiovisuals, infografies i textos adequats per a cada plataforma.
 - El ritme de publicació de contingut en cadascuna de les xarxes socials i la pàgina web de la CCLB depèn de les necessitats i objectius establerts en la planificació mensual.
 - Monitorització i resposta a comentaris, missatges i interaccions amb els usuaris.
 - La informació continguts publicats en la pàgina web i en els perfils de les xarxes socials de CCLB es redactaran en català, d'acord amb el que estableix el Reglament d'ús de la llengua catalana de la Diputació de Girona. Així mateix, els textos que es publiquin adoptaran els criteris lingüístics establerts al Llibre d'estil de la Diputació de Girona.
 - Disseny i execució de campanyes digitals per promoure esdeveniments culturals.
 - Seguiment i cobertura en directe de les activitats de la CCLB mitjançant xarxes socials.
 - Coordinació amb l'equip de la CCLB per garantir coherència en el missatge.
 - Comunicar a la CCLB l'existència de qualsevol contingut aportat pels usuaris que pugui ser contrari a la legislació vigent o que pugui infringir els drets de qualsevol persona física o jurídica.
 - Elaboració d'informes d'anàlisi d'activitat i resultats, amb propostes de millora.
 - El contractista assumeix el pagament del servei d'allotjament de vídeos previstos per a publicar-se en el portal de Vimeo.
 - A la finalització del contracte el contractista ha de deixar d'utilitzar els identificadors i altres recursos d'administrador o gestor dels perfils i comunicar a la CCLB les corresponents identificacions o contrasenyes.

Les publicacions han de garantir els següents requisits:

- **Disseny:** L'estètica de la publicació, ja sigui mitjançant imatges, vídeos o infografies, ha de ser atractiva i cridar l'atenció del públic.





- *Contingut*: El contingut ha de ser interessant i rellevant per al públic objectiu, a més d'estar alineat amb l'estratègia de contingut del compte.
- *Missatge*: El missatge ha de ser clar i concís i ha d'estar en línia amb l'objectiu de la publicació i l'estratègia general del compte.
- *Call to action*: La publicació ha d'incloure una crida a l'acció clara i específica, com ara visitar un lloc web, participar en una activitat o fomentar la visita en un centre i/o exposició.
- *Ús d'imatges i vídeos*: Tot i que les imatges i els vídeos són importants, també és important tenir en compte que el text que els acompanya és essencial per a l'abast de la publicació.
- *Hashtags*: Els hashtags són essencials per arribar a un públic més ampli i augmentar l'abast de la publicació, valorant el seu missatge directe i concís.

4. Coordinació i aprovació de continguts

El contractista ha d'elaborar una planificació mensual de publicacions revisada per la CCLB.

El procés de validació es fa seguint aquests passos:

- Enviament del calendari de publicacions mensuals amb un mínim de 7 dies d'antelació.
- Validació per part de la CCLB en un termini de 48 hores.
- Modificacions o suggeriments es comuniquen al contractista, qui ha d'ajustar els continguts en un termini de 24 hores.
- Les publicacions urgents o imprevistes seran coordinades directament amb la persona de referència de la CCLB.

La CCLB designa una persona responsable perquè pugui inserir informació, sempre en coordinació amb el contractista i ajustant-se al Pla de comunicació.

5. Bones pràctiques en xarxes socials

Per garantir una comunicació eficaç i professional, el contractista ha de seguir les bones pràctiques següents:

- Utilitzar la llengua catalana i en un llenguatge proper i accessible, sempre respectant la normativa lingüística vigent.
- Evitar expressions inadequades.
- Mantenir un to institucional que representi correctament la CCLB.





- Publicar contingut visual d'alta qualitat, respectant els drets d'imatge i propietat intel·lectual.
- Utilitzar hashtags rellevants per augmentar l'abast de les publicacions.
- Fomentar la interacció amb el públic mitjançant preguntes, enquestes i altres formats participatius.

6. Seguiment i avaluació del servei

S'estableixen reunions trimestrals per avaluar l'impacte de les accions realitzades a les xarxes socials i la pàgina web, tenint en compte la finalització de cada bloc expositiu.

En el cas que sigui necessari, es poden programar reunions per tractar temes puntuals, les quals seran acordades per les dues parts.

7. Informe anual

S'estableix fer un anàlisi de l'evolució dels perfils de la CCLB a les xarxes socials i la pàgina web mitjançant l'elaboració d'un informe anual el qual proporcioni una avaluació quantitativa i qualitativa del seu funcionament amb el següent contingut:

- Resultats de la interacció amb els usuaris
- Nombre de publicacions realitzades
- Nombre de respostes ofertes
- Principals temàtiques abordades
- Publicacions més exitoses
- Indicadors i aquelles dades de tipus tècnic que puguin ser sol·licitades per la CCLB.
- Propostes de millora de l'estratègia comunicativa i assessorament sobre el conjunt de perfils

L'informe anual ha de contenir l'activitat cultural de l'any natural de CCLB i s'ha de presentar en el termini d'un mes, un cop finalitzat el període d'actuació de l'últim bloc expositiu de l'any.

8. Titularitat dels perfils i dominis

La titularitat dels perfils i dominis és de la Diputació de Girona, així com també dels dissenys que es deriven dels diferents perfils.

Els canvis, altes, baixes, claus de domini, comptes, etc. hauran de ser prèviament autoritzats per la CCLB.

En el cas que sigui necessari, els canvis de disseny han d'estar autoritzats per l'Oficina de Difusió de la Diputació de Girona/CCLB d'acord amb el Manual d'identitat visual i la Guia d'estil de pàgines web establert per el mateix servei de Difusió de la Diputació de Girona.





9. Propietat intel·lectual

Els drets d'explotació de les imatges i audiovisuals derivats de la present licitació corresponen a la Diputació de Girona.

El contractista pot fer ús dels fitxers, imatges i vídeos de CCLB per a les finalitats exposades a l'objecte del contracte i en el marc de les plataformes digitals licitades.

La CCLB respectarà i farà respectar la integritat i qualitat de l'obra impedit qualsevol deformació, modificació o alteració que suposi un perjudici a la imatge o reputació de la persona autora.

En la comunicació i difusió de les imatges i audiovisuals a través de les plataformes digitals autoritzades per la Diputació de Girona i CCLB en aquesta present licitació, hi ha de constar el nom del/de la fotògraf/a així com la seva procedència de la manera següent: "COGNOM, NOM AUTOR. La Casa de Cultura Les Bernardes. Diputació de Girona".

Amb tot, el contractista es compromet a complir les obligacions legals en matèria de protecció de dades, drets d'autor i drets d'imatge, honor i intimitat personal i familiar. Assumirà en exclusiva les responsabilitats que es derivessin de l'incompliment d'aquestes normes, eximint-ne a la Diputació de Girona.

10. Confidencialitat

El contractista es compromet a preservar la confidencialitat sobre els fets, informacions, documents i d'altres elements que se li facilitin amb motiu de la seva feina.

El contractista s'encarrega de l'execució de les tasques descrites en el contracte sota la direcció i supervisió de la CCLB i, en el cas que es consideri oportú, amb la coordinació del Servei de Difusió de la Diputació de Girona; servei que coordina la difusió de la informació pública que genera la Diputació de Girona; així com també la seva imatge institucional.

11. Determinació del pressupost base de licitació

Per la determinació del preu unitari es parteix del cost salarial de la categoria de Community Manager (Grup II, Nivell 3) establert en el **Conveni col·lectiu del sector d'empreses de publicitat** (codi de conveni nº 99004225011981), publicat al BOE núm. 35 de 10 de febrer de 2016 i actualitzat a data 2 d'agost de 2022. A l'esmentat cost se li aplicarà el cost de la Seguretat Social.





CÀLCUL DE LA MÀ D'OBRA DIRECTA I DEL PBL							
Categoria professional	% Seg.Social	Cost unitari AMB Seg. Social	Cost unitari SENSE Seg. Social	Núm. hores	Import de la MOD	Pressupost Base de Licitació	Factor correcció 6%
Grup 2 Nivell 3	33,00%	16,36	12,30	1,00	16,36		
Total				1,00	16,36	75,20	75,20
Percentatge de la MOD sobre el total del cost de mà d'obra	90,00%						

Per determinar el preu unitari s'ha realitzat una anàlisi del sector de les empreses objecte del contracte, d'acord amb codi CNAE 73 (Publicitat i estudis de mercat) corresponent, que tenen el domicili fiscal a Catalunya i prenent com a referència els darrers comptes anuals publicats al registre mercantil corresponent. A continuació, cal consolidar tots els comptes de les empreses en un únic quadre de pèrdues i guanys i es calculen els percentatges en relació amb els ingressos d'explotació de cada concepte de despesa i del benefici d'explotació.

Per calcular el preu unitari del contracte es parteix de la hipòtesi que aquest contracte té un 90% de cost de mà d'obra directa sobre el total de les despeses de personal del sector. Si el benefici d'explotació del sector d'activitat és inferior al 6%, caldrà augmentar l'import calculat fins a arribar a aquest percentatge de benefici, i per aquest càlcul cal considerar que els costos de materials són variables i que, per tant, augmenten a partir de l'increment de l'import dels ingressos del pressupost base de licitació. En cas que el benefici d'explotació ja sigui superior al 6%, no caldrà modificar l'import del pressupost base de licitació.

Finalment, el pressupost base de licitació es divideix en els diferents tipus de costos següents:

- Costos directes: estan formats pel cost de la mà d'obra directa i el consum de mercaderies i de materials utilitzats en la prestació del servei.
- Costos indirectes: estan formats per la resta de partides; és a dir, les altres despeses d'explotació (que inclouen serveis exteriors, subministraments, costos d'estructura, etc.), les amortitzacions de l'immobilitzat i la resta de les despeses de personal que no són directes (el 2,5 % restant són costos indirectes).

CONCEPTE	Import	Percentatge
Ingressos d'explotació	75,20	100,00%
Consum de mercaderies	27,37	36,40%
Altres despeses d'explotació	0,00	0,00%
Despeses de personal	18,18	24,17%
Dotacions per a amortitzacions d'immobilitzat	0,73	0,98%
Resultat d'explotació	28,92	38,46%





PRESSUPOST BASE DE LICITACIÓ	Import	Percentatge
Costos directes	43,73	58,15%
Costos indirectes	2,55	3,39%
Benefici industrial	28,92	38,46%
Total	75,20	100,00%
IVA	15,79	
Total IVA inclòs	91,00	

Es calcula que l'execució del projecte implica aproximadament unes 20 hores mensuals, amb la següent distribució:

- Realització d'una reunió bimensual (2 hores)
- Calendarització de les actuacions (1:00 h setmanal = 4 hores mensuals)
- Programació calendari, preparació de posts, redacció de còpies per Xarxes Socials i/ Canals de comunicació (1:30 hores setmanals = 6 hores mensuals).
- Creació de contingut gràfic per a Xarxes Socials i/o Canals de comunicació (2 hores setmanals = 8 hores mensuals).

Així, el pressupost és de 18.048,00 € que, arrodonint, són 18.000,00 €, per dos anys de contracte són 36.000,00 € (IVA no inclòs).

