

Expedient	Assumpte
2025/625-G626 G626_P1 Contractes, previ de necessitat Emissor : Cultura Codi : 16340665222263224606	LICITACIÓ XXSS PER A LA CONTRACTACIÓ DE DIVERSOS SERVEIS DE COMUNICACIÓ PER A L'AJUNTAMENT DE TARRAGONA

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES PER A LA CONTRACTACIÓ DE DIVERSOS SERVEIS DE COMUNICACIÓ PER A L'AJUNTAMENT DE TARRAGONA

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES PER A LA CONTRACTACIÓ DE DIVERSOS SERVEIS DE COMUNICACIÓ PER A L'AJUNTAMENT DE TARRAGONA

CONDICIONS D'EXECUCIÓ COMUNES A TOTS ELS LOTS CONDICIONS D'EXECUCIÓ ESPECÍFIQUES DE CADA LOT

Lot 1: Tarragona Cultura

Durada del contracte
Valor del contracte
Requisits de solvència tècnica
Compromís d'adscripció de mitjans
Criteris de valoració

Lot 2: Mèdol-Centre d'Arts Contemporànies de Tarragona

Durada del contracte
Valor del contracte
Requisits de solvència tècnica
Compromís d'adscripció de mitjans
Criteris de valoració

Lot 3: Arts escèniques

Durada del contracte
Valor del contracte
Requisits de solvència tècnica
Compromís d'adscripció de mitjans
Criteris de valoració

Lot 4: Festes de Santa Tecla

Durada del contracte
Valor del contracte
Requisits de solvència tècnica
Compromís d'adscripció de mitjans
Criteris de valoració



Justificació: s'estableixen aquests criteris automàtics per aconseguir valorar equilibradament la proposta econòmica i d'altres criteris automàtics que assegurin una bona qualitat tècnica en la prestació del servei.

Lot 5: Museu d'Història de Tarragona.

Durada del contracte

Valor del contracte

Requisits de solvència tècnica

Compromís d'adscripció de mitjans

Criteris de valoració

Lot 6: Promoció cultural i acció transversal

Durada del contracte

Valor del contracte:

Requisits de solvència tècnica

Compromís d'adscripció de mitjans

Criteris de valoració

Bloc B: Serveis generals

Lot 7: Xarxes socials de l'Ajuntament de Tarragona

Durada del contracte

Valor del contracte:

Requisits de solvència tècnica

Compromís d'adscripció de mitjans

Criteris de valoració

Lot 8: Continguts audiovisuals de comunicació corporativa

Durada del contracte

Valor del contracte:

Requisits de solvència tècnica

Compromís d'adscripció de mitjans

Criteris de valoració

Lot 9: Escolta activa i monitoratge

Durada del contracte

Valor del contracte:

Requisits de solvència tècnica

Compromís d'adscripció de mitjans

Criteris de valoració

Bloc C: Patronat municipal de turisme

Lot 10: Servei de Comunicació i màrqueting en social media

**CONDICIONS ESPECIALS D'EXECUCIÓ I OBLIGACIONS DE L'EMPRESA
CONTRACTISTA**

RÈGIM DE PAGAMENT

PENALITATS

SUBCONTRACTACIÓ



**RESPONSABLE DEL CONTRACTE
SUBROGACIÓ DE PERSONAL**

L'objecte d'aquesta licitació és la prestació de serveis relatius a la gestió de xarxes socials corporatives i altres canals digitals de l'Ajuntament de Tarragona amb les característiques que s'indiquen a continuació per a cadascun dels lots.

Aquests serveis són:

Bloc A: Serveis específics de cultura i patrimoni

- Lot 1: servei de gestió dels perfils corporatius de Tarragona Cultura.
- Lot 2: servei de gestió de la comunicació digital, continguts web, premsa i perfils corporatius del *Mèdol- Centre d'Arts Contemporànies de Tarragona*.
- Lot 3: servei de gestió integral (disseny i execució) de la comunicació de les programacions d'arts escèniques.
- Lot 4: servei de gestió dels perfils corporatius de les festes de Santa Tecla.
- Lot 5: servei de gestió dels perfils corporatius del Museu d'Història de Tarragona.
- Lot 6: servei de gestió de la comunicació digital, audiovisual i premsa de Promoció Cultural i acció transversal

Bloc B: Serveis generals

- Lot 7: servei de gestió xarxes socials institucionals de l'Ajuntament de Tarragona
- Lot 8: servei de producció de continguts audiovisuals de Comunicació Institucional
- Lot 9: servei d'escolta activa i monitoratge de les xarxes socials i d'atenció a l'usuari a través de l'EPP

Bloc C: Patronat Municipal de Turisme

- Lot 10: servei de Comunicació i màrqueting en social media

CONDICIONS D'EXECUCIÓ COMUNES A TOTS ELS LOTS

La persona que resulti adjudicatària en cada lot prestarà el servei d'acord amb les següents condicions d'execució comunes a tots els lots :

- El servei es prestarà d'acord amb les instruccions de la persona tècnica de gestió que la persona responsable del contracte designarà per a cada Lot, que es coordinarà amb el departament de Comunicació Institucional, qui farà seguiment tècnic.



- La prestació del servei es desenvoluparà en l'àmbit privat.
- El servei s'haurà de prestar en horari flexible. És necessària la disponibilitat per assistir a reunions de seguiment, i l'adaptació a les necessitats del servei, de manera que les cobertures o guàrdies es podran fer durant l'organització d'actes, inclosos els que es celebrin als vespres, dies festius i/o en caps de setmana. La persona adjudicatària haurà de preveure la dotació del servei amb recursos propis per cobrir aquestes necessitats amb l'objectiu que el servei no quedi desatès en cap moment durant la vigència del contracte.
- La previsió jornada per a cada lot està calculada de forma anual i es distribuirà durant el transcurs de l'any, podent ser variable mes a mes segons el volum d'activitat i accions a cobrir. Les factures s'hauran de presentar amb el mateix import cada mes a excepció de la partida de promocions que s'ha d'ajustar a la despesa efectuada.
- Complement de disponibilitat i guàrdia. Atesa la naturalesa dels serveis objecte del contracte, vinculats a l'actualitat cultural i institucional, a la celebració d'actes públics i a la gestió de canals digitals en temps real, determinats lots podran requerir la prestació del servei en règim de disponibilitat o guàrdia, amb la finalitat de garantir la continuïtat del servei i la capacitat de resposta immediata davant situacions sobrevingudes.

A aquests efectes, s'estableixen dues modalitats de complement de disponibilitat, compatibles entre si:

a) Disponibilitat per sobrevingut

S'entén per disponibilitat per sobrevingut l'obligació de la persona adscrita al servei de:

- Estar localitzable durant la franja horària establerta.
- Atendre requeriments municipals urgents no programats amb l'antelació mínima prevista al plec.
- Personar-se presencialment o connectar-se telemàticament i iniciar la prestació efectiva del servei en un termini màxim determinat (per exemple, 60 minuts des de l'avís).

Aquesta disponibilitat no implica necessàriament prestació efectiva de serveis, però sí la reserva de temps i la limitació d'organització personal derivada de l'obligació d'atendre el requeriment municipal.

Quan la disponibilitat es transformi en intervenció efectiva, el temps realment treballat es computarà com a temps de treball efectiu.

b) Disponibilitat en dies festius

S'entén per disponibilitat en dies festius la reserva de jornada en diumenges o festius oficials (estatals, autonòmics o locals), amb independència que hi hagi o no activació efectiva del servei.



En els lots on es prevegi aquesta exigència, el plec administratiu determinarà la previsió de dedicació d'aquesta disponibilitat.

El preu de licitació inclourà, per tant, l'import per la prestació d'aquest servei.

- L'equip tecnològic i el coneixement necessari per la correcta execució per desenvolupar les tasques (mòbil, dades, programari, ordinador, etc.) serà aportat pel prestatari del servei. La producció d'eventual material físic anirà a càrrec de l'Ajuntament.
- Es vetllarà per l'excel·lència a través de continguts cuidats que donin resposta a l'estratègia online. La correcció lingüística de tota la comunicació i de totes les peces proposades és un requisit exigible i indispensable.
- La prestació del servei estarà subjecta a la legalitat vigent en matèria de publicitat digital, de protecció de dades, de propietat intel·lectual, de protecció del dret a l'honor i a la pròpia imatge i de transparència.
- Les despeses derivades de les accions de promoció a xarxes socials o altres canals digitals tindran la consideració de preu variable, i el seu import efectiu dependrà de les necessitats concretes del servei en cada moment, d'acord amb la planificació establerta pel responsable del contracte. Aquestes despeses no constitueixen un import fix ni garantit, sinó una previsió màxima, de manera que únicament es facturarà l'import efectivament executat. El pagament d'aquestes despeses restarà condicionat a la prèvia justificació documental, que haurà d'acreditar de manera fefaent la despesa realitzada. Aquesta justificació s'haurà de presentar amb periodicitat mensual, conjuntament amb la factura corresponent al servei. En tot cas, qualsevol acció de promoció que comporti despesa haurà de ser prèviament validada i acordada amb el responsable del contracte, sense que es pugui efectuar cap inversió sense aquesta autorització expressa.
- La prestació del servei inclourà la cessió dels continguts audiovisuals, de text o de qualsevol altre format que es generin per tal que l'Ajuntament els pugui utilitzar posteriorment en les seves pròpies plataformes i mitjans, i que també els pugui cedir a entitats, institucions i empreses col·laboradores que les demanin amb l'objectiu de difondre les activitats. En aquest sentit, la persona o persones que els realitzin cediran a l'Ajuntament els drets d'explotació de la propietat intel·lectual dels continguts, així com els drets de propietat industrial que es puguin derivar de l'explotació, amb finalitats promocionals de l'Ajuntament de Tarragona. Aquests drets comprenen, en particular, el dret de reproducció total o parcial, permanent o provisional, per qualsevol mitjà i en qualsevol format; el dret de distribució; el dret de transformació, i el dret de comunicació pública en tot tipus de formats i suports presents i futurs, tant gràfics com audiovisuals i multimèdia, pel mitjà i canal que es considerin més convenients, incloses les plataformes on-line, webs corporatives i entorns 2.0.
- En cas que l'empresa adjudicatària utilitzi eines d'intel·ligència artificial o sistemes automatitzats per a la generació o tractament de continguts, aquest ús tindrà caràcter exclusivament complementari o de suport a la tasca professional. En cap cas l'ús d'aquestes eines podrà comportar la substitució total de les funcions professionals objecte



del contracte ni la reducció dels recursos humans destinats a la seva execució respecte als compromisos assumits en l'oferta, especialment en tasques de creació, redacció, correcció lingüística, disseny o producció de continguts.

- La persona adjudicatària ha de garantir el sigil i la confidencialitat de la informació a la qual tingui accés el seu equip per motiu de la prestació del servei. El deure de confidencialitat constitueix una obligació essencial del contracte, i el seu incompliment serà causa de resolució. La persona o empresa adjudicatària ha d'implementar en el seu entorn organitzatiu totes les mesures, tan físiques com digitals, necessàries per a la protecció de la informació confidencial, de les dades de caràcter personal, i que evitin l'alteració, pèrdua, tractament o accés no autoritzat de la informació publicada. En aquest mateix sentit, en cas d'utilitzar eines d'intel·ligència artificial o altres sistemes digitals d'assistència, la persona adjudicatària haurà d'abstenir-se d'introduir-hi informació confidencial o dades de caràcter personal que permetin identificar persones físiques sense l'autorització expressa de l'Ajuntament.
- La persona adjudicatària garanteix a l'Ajuntament de Tarragona l'originalitat dels resultats del seu treball així com l'absència de càrregues o altres drets sobrevinguts sobre els materials com a conseqüència de les seves relacions contractuals prèvies, simultànies o posteriors de caire laboral o bé amb les entitats de gestió de drets d'explotació o tot altre tercer, essent al seu càrrec el pagament dels eventuais drets i rescabaments per aquestes circumstàncies o qualsevulla altra reclamació al respecte amb complerta indemnitat per a l'Ajuntament de Tarragona.
- La persona adjudicatària haurà de vetllar perquè els continguts digitals que es publiquin en el marc del contracte siguin accessibles per al conjunt de la ciutadania, d'acord amb els principis d'accessibilitat universal i disseny per a tothom. En particular, sempre que les funcionalitats de la plataforma ho permetin, les imatges publicades en webs, xarxes socials o altres canals digitals hauran d'incorporar textos alternatius o descripcions equivalents que permetin identificar-ne el contingut mitjançant tecnologies d'assistència utilitzades per persones amb discapacitat visual. Aquestes descripcions hauran de reflectir de manera clara i sintètica la informació rellevant de la imatge, especialment en aquells casos en què el contingut visual aporti informació que no es desprengui directament del text principal de la publicació.
- El preu ofert per la persona adjudicatària comprendrà totes les despeses necessàries per la prestació del servei, tant directes com indirectes, incloent el benefici industrial, costos laborals i socials de les persones adscrites a l'execució del contracte, equips informàtics i de telecomunicacions, programes, proveïdor de comunicacions, eines de treball, missatgeria, desplaçaments i qualsevol altra relacionada directament amb la creació, adaptació, correcció i traduccions dels continguts de les publicacions i accions comunicatives.



- A indicació del la persona tècnica de gestió que es designi per a cada Lot, la persona adjudicatària s'haurà de coordinar amb diferents proveïdors i la resta dels equips de professionals i/o departamentals intervinents en la campanya, tals com:
 - o Estudi creatiu responsable de l'adaptació de la campanya creativa.
 - o Estudi encarregat d'enregistrar i/o editar material audiovisual.
 - o Fotògrafs que cobreixin rodes de premsa i activitats.
 - o Equip de relacions públiques / premsa.
 - o Equip de l'àrea de gestió de públics.
- En cas de canvis importants esdevinguts en l'àmbit del servei causats per terceres parts (tancament o reenfocament d'una xarxa social, o creació d'una nova xarxa social), sempre que sigui possible, s'acordarà l'adaptació als canvis mantenint sempre la dotació de recursos i la dedicació habitual.
- Durant l'execució del contracte es procurarà incorporar totes les mesures que millorin els resultats de la prestació, tot vetllant per a que tots els canvis siguin equivalents i coherents amb l'encàrrec inicial i amb els recursos que s'hi destinen.



- **CONDICIONS D'EXECUCIÓ ESPECÍFIQUES DE CADA LOT**
- **Bloc A: Serveis específics de Cultura i Patrimoni**
- **Lot 1: Tarragona Cultura**
- **Objecte del contracte**

Servei de gestió dels perfils corporatius de Tarragona Cultura

- El contracte inclou el disseny i execució d'estratègies de comunicació, la producció de continguts gràfics i audiovisuals, el disseny de la informació necessària per a la seva difusió i comunicació, així com la planificació i difusió de campanyes culturals accessibles, inclusives i alineades amb els valors de l'organització.
- Participació en les reunions periòdiques de coordinació amb els tècnics de comunicació responsables de l'estratègia general de la comunicació.
- La planificació de continguts, tant orgànics com de pagament, es farà en reunions periòdiques amb el tècnic de gestió designat pel responsable del contracte. Les reunions tindran un caràcter setmanal i es realitzaran preferentment en línia.
- Més enllà de les reunions de coordinació, s'establirà un contacte diari amb la direcció tècnica de l'Ajuntament per a la concreció dels continguts. La gestió diària de les publicacions i el contacte amb l'Ajuntament es realitzarà fonamentalment a través de la versió gratuïta del programari de gestió de tasques Asana.
- La gestió dels canals es farà seguint els criteris establerts en els protocols d'actuació del Departament de Comunicació Institucional, que es lliuraran en el moment de formalitzar el contracte.
- Els perfil corporatiu de cultura es un canal de comunicació municipal i, per tant, ha de tenir voluntat de servei públic. Haurà d'esdevenir prescriptor del sector de les arts escèniques de la ciutat i oferir suport a les iniciatives d'espais i creadors locals per crear comunitat i teixit cultural.

- **Descripció de les tasques del servei**

Disseny, planificació, gestió i execució:

- Disseny i execució d'estratègies de comunicació.
- Planificació i difusió de campanyes culturals
- Actualització diària dels continguts (amb la freqüència mínima detallada a les característiques específiques de cada xarxa).
- Seguiment dels criteris de redacció i estil de l'Ajuntament de Tarragona, així com la seva identitat i imatge corporativa.



- Coordinació de l'equip, fent d'enllaç amb el responsable del contracte.
- Coordinació amb altres xarxes municipals per a accions conjuntes.
- Promoció permanent dels webs municipals.
- Seguiment i cobertura presencial de 168 activitats anuals de l'àmbit cultural de la ciutat. Per cobertura d'actes s'entén el seguiment d'actes de diferents tipologies (roda de premsa, presentació, acte públic, concert, etc.). Aquesta cobertura es pot concretar en diferents accions (desenvolupar un fil a la xarxa X, publicació d'stories a Instagram, enregistrament de fotografies, vídeos horitzontals o reels per a la posterior difusió a les xarxes, etc.). Aquestes cobertures es demanaran amb la màxima antelació possible, sempre amb un mínim de tres dies naturals d'antelació. Excepcionalment, però, poden sorgir imprevistos en què s'hagi de fer la cobertura sense la possibilitat d'aquesta antelació.
- Diàriament, mitja hora abans o després de publicar en algun canal, caldrà interaccionar amb la comunitat: fer likes, favs, RT, compartir a stories... Això, a més de mantenir viva la comunitat, també beneficia l'algoritme i donarà més visibilitat a les nostres xarxes, sobretot en el cas d'Instagram.
- Durant les programacions de temporada estable i festival d'estiu, en els mesos previs, caldrà crear continguts que generin interès en la programació i que incentivin la venda.
- Generació d'informes de seguiment mensuals
- Al final de cada festival o temporada, s'haurà de lliurar un vídeo resum compost a partir de les gravacions que s'hagin fet de les activitats emmarcades en el cicle, lliurat com a màxim cinc dies després d'haver acabat el programa d'activitats, a mode de memòria audiovisual muntada (Per exemple, un vídeo resum del Festival de Dixieland). Així mateix, abans del dia 5 de cada mes el proveïdor lliurarà a l'Ajuntament totes les imatges del mes anterior, dividides en carpetes específiques per a cada encàrrec, en format TIFF i JPG si són fotografies, i en format MOV i MP4 per als vídeos. Si així es requereix, s'incorporaran a les imatges un seguit de metadades a les imatges per a la correcta classificació del material al banc d'imatges municipal.

Resposta a les peticions ciutadanes

- La prestació del servei ha de seguir els protocols d'actuació i resposta a les xarxes socials municipals.
- Per norma general, la resposta als usuaris/àries que demanin informació o plantegin peticions a través de les xarxes ha de ser durant el mateix dia feiner si es fan dins l'horari de 8 a 18 h. Les queixes emeses fora d'aquest horari i en dies festius, en cas que no comportin o que puguin comportar el desenvolupament de crisis de reputació o urgències socials, es respondran entre les 9 i les 11 h del següent dia laborable.



- La tramitació de les queixes, consultes i suggeriments que es generin davant d'una situació d'emergència o crisi greu de reputació es farà amb total coordinació amb el tècnic de gestió designat pel responsable del contracte, conjuntament amb el suports del departament de Comunicació Institucional de l'Ajuntament de Tarragona.
- Caldrà mantenir un recull actualitzat de les peticions i les queixes gestionades, que es posarà a disposició de l'Ajuntament mensualment o sempre que es demani.
- Es vetllarà pel compliment de les normés d'ús de les xarxes socials de l'Ajuntament de Tarragona.

Promoció i fidelització de seguidors

- Elaboració i execució d'una estratègia d'augment sostingut de seguidors que pot incloure concursos i altres formes de participació, interacció amb usuaris prescriptors i de referència i altres tipus d'accions que es proposin. En el cas dels sortejos, la persona adjudicatària pot haver de crear els materials promocionals necessaris i aportar les eines oportunes per realitzar un sorteig just i controlar tots els participants.
- Elaboració d'accions per promoure la ciutadania i el públic com a prescriptors de la cultura.
- Realització de campanyes publicitàries de promoció (previsió de 8 mensuals). Per a la realització d'aquestes accions de promoció (en les xarxes de TGN Cultura o d'altres xarxes municipals, com el Facebook institucional de l'Ajuntament de Tarragona) cal preveure el següent: redacció del *copy* de l'anunci, específic i adaptat per a cada xarxa. Inserció de la creativitat facilitada per l'Ajuntament, amb ajustos de peces gràfiques que siguin pertinents. Planificació, creació, programació i gestió de les campanyes proposades. S'entendrà com a campanya publicitària de promoció la iniciativa de promocionar un acte, activitat o conjunt d'activitats i s'entendrà com a part d'aquesta acció la gestió de publicitar-ho en una o diferents xarxes.

Anàlisi, monitorització i reputació en línia

- L'empresa prestatària del servei haurà d'elaborar informes mensuals dels resultats de la gestió de cadascuna de les xarxes gestionades, segons els objectius marcats i l'anàlisi de dades proposats per l'Ajuntament de Tarragona. Aquests informes, amb dades específiques de les diverses publicacions, s'hauran de lliurar abans del dia 12 del mes següent. Així mateix, en base a l'anàlisi dels resultats mensuals acumulats i del funcionament del servei, també caldrà fer un informe qualitatiu anual amb una proposta de millores a incorporar.
- També caldrà que elaborin i presentin informes puntuals dels resultats de les campanyes de *social media* en cas que se sol·licitin.
- Caldrà igualment elaborar i presentar informes puntuals de crisis de reputació, en cas que es produeixin.



- Es podran proposar i implantar accions de millora de la reputació en línia de l'Ajuntament de Tarragona d'acord amb la direcció de Tarragona Cultura i de Comunicació Institucional de l'Ajuntament

Disponibilitat en dies festius

Atesa la naturalesa del servei i la celebració habitual d'activitats culturals en diumenges i festius oficials, es podrà requerir la reserva de disponibilitat del personal adscrit al contracte en dies festius (estatals, autonòmics o locals).

Aquesta disponibilitat comportarà:

- Localització durant la franja horària establerta pel responsable del contracte.
- Capacitat d'atendre requeriments municipals vinculats a incidències comunicatives, modificacions de programació o necessitats urgents de difusió.
- Inici de la prestació efectiva del servei en un termini màxim de 60 minuts des del requeriment municipal, si així es determina.

La disponibilitat no implica necessàriament activació efectiva del servei. En cas d'activació, el temps realment treballat tindrà la consideració de temps efectiu de prestació en dia festiu.

El preu de licitació del lot determinarà el nombre estimat de dies anuals de disponibilitat festiva. Es facturarà mensualment el mateix import independentment dels treballs realitzats.

Xarxa X @TGNcultura:

- Actualitzar diàriament el perfil amb informació d'actualitat cultural, agenda i avisos de darrera hora (aproximadament, 60 piulades setmanals, amb un mínim de 4 piulades diàries). Cal preveure la probable inclusió diària de les notícies culturals de la jornada.
- Promocionar la interacció i la conversa amb els seguidors i les interpel·lacions d'acord amb els criteris marcats als protocols corporatius.
- Gestionar i assessorar en etiquetatge.
- Mantenir i actualitzar puntualment, fora del període de festes (comprès entre el 20 d'agost i el 30 de setembre), el perfil de @SantaTeclaTGN.
- Avançar aspectes d'actualitat i exclusius de l'activitat municipal que posicionin les xarxes i les distingeixin.



- Compartir continguts que difonguin un punt de vista desconegut dels principals esdeveniments, al qual els altres mitjans i els ciutadans en general no acostumen a tenir accés.
- Revisar les notificacions dels perfils i destriar els tuits de queixes, consultes i suggeriments que correspongui respondre segons les condicions descrites en l'apartat 'Resposta a les peticions ciutadanes'.

Instagram @tgn_cultura

- Planificació i consecució de seguidors del perfil d'Instagram de TGN Cultura (segons les directrius rebudes), elaboració i execució de les publicacions següents:
 - o Una mitjana mensual de 70 publicacions a la galeria
(inclou cobertures i reels).
Per a les publicacions es podran usar tant les imatges obtingudes en les cobertures com altres fotografies, vídeos o recursos gràfics generats per l'empresa o proporcionats per l'Ajuntament.
 - o Una mitjana mensual de 200 stories (sense incloure la compartició de continguts d'stories o posts d'altres perfils).
 - o Mantenir actives les seccions actuals, com per exemple: #DonesQueFanCulturaTGN, #BehindTheEscenes dintre del còmput del nombre de publicacions previst en aquest epígraf.
- Elaborar i mantenir "Històries destacades" dels cicles programats de la temporada vigent amb la informació imprescindible i d'accés ràpid (Programació general, preus, descomptes, horaris,...)
- Personalitzar posts amb la imatge/capçalera/marc del color i gràfica del cicle. Aquesta informació/imatges i colors es donarà detallada per part de l'Ajuntament.
- Incorporar caràtules i/o càirons als vídeos facilitats dels artistes i/o companyies amb els colors i imatges de cada cicle.
- Subtitulació de vídeos explicatius per millorar i fer una comunicació inclusiva. Els textos aniran a la part inferior de la imatge amb el màxim contrast de color amb el fons. Tamany de lletra gran i llegible. Mantenir la mateixa coherència gràfica a totes les publicacions amb subtitulació.
- Elaborar recomanacions per a incorporar publicacions (amb fotografies, vídeos, etc) elaborades per part de l'equip tècnic de Cultura.
- Gestionar i assessorar en etiquetatge.



- Revisar les notificacions dels perfils i destriar els comentaris, públics i privats, de queixes, consultes i suggeriments que correspongui respondre segons les condicions descrites en l'apartat 'Resposta a les peticions ciutadanes'.
- Elaborar proposta de segmentació de públics de les promocions pagades treballada conjuntament amb el Departament de Comunicació Institucional i amb Tarragona Cultura.
- Recerca dels hashtags relacionats amb les programacions i festivals per crear interacció amb els nostres seguidors i possibles futurs seguidors

TikTok

- Gestió del compte de TGN Cultura en aquesta xarxa social
- Elaboració i execució de 10 publicacions mensuals de mitjana
- Monitorització de les tendències en cada moment i proposar publicacions que aprofitin les oportunitats detectades.
- Planificació i consecució de seguidors del perfil (segons les directrius rebudes).

Facebook

- Gestió del compte de TGN Cultura en aquesta xarxa social
- Publicar i compartir les programacions de les activitats que es publiquen a Instagram.
- Monitorització de les tendències en cada moment i proposar publicacions que aprofitin les oportunitats detectades.
- Segmentar i promocionar alguns espectacles a través d'aquesta xarxa.

Youtube

- Gestió del compte de TGN Cultura en aquesta xarxa social
- Actualització del youtube de TGN Cultura amb el material audiovisual generat per promocionar els diferents cicles i esdeveniments culturals.



- **Lot 2: Mèdol- Centre d'Arts Contemporànies**

- **Objecte del contracte**

Contracte de serveis per a la conceptualització, producció i gestió integral de la comunicació digital de Mèdol - Centre d'Arts Contemporànies de Tarragona, amb especial centralitat en la generació de continguts propis per a l'entorn web, inclòs el blog del centre, la dinamització dels perfils corporatius a xarxes socials, la creació de continguts gràfics i audiovisuals promocionals, així com el desenvolupament d'altres accions de difusió.

- **Descripció de les tasques generals del servei**

El servei comprendrà la conceptualització, planificació, producció i gestió integral de la comunicació digital del Mèdol - Centre d'Arts Contemporànies de Tarragona, d'acord amb les directrius estratègiques de la direcció del centre.

1. Estratègia i planificació de continguts

- Elaboració d'un pla de continguts digital alineat amb la programació artística, educativa i pública del centre.
- Definició i calendarització editorial dels continguts web, blog, xarxes socials i butlletins.
- Reunions periòdiques de coordinació amb la direcció del centre per a la planificació de continguts, tant orgànics com de pagament.
- Adaptació de l'estratègia davant possibles canvis estructurals en plataformes digitals o canals de comunicació, mantenint la dotació de recursos i la dedicació habitual.
- Coordinació de l'equip, fent d'enllaç amb el responsable del contracte.

2. Gestió i producció de continguts web i blog

- Redacció, edició i actualització regular dels continguts del web (WordPress) actualment en un idioma, amb previsió de gestió en un segon idioma i, si escau, en un tercer, d'acord amb el desplegament progressiu del projecte lingüístic del centre.
- Desenvolupament i dinamització del futur blog del centre com a espai de contingut propi, reflexió i contextualització de la programació.
- Optimització bàsica de continguts SEO per a posicionament digital.
- Garantir la coherència amb els criteris de redacció, estil i identitat corporativa del centre.



3. Gestió de perfils corporatius a xarxes socials

- Gestió integral dels perfils corporatius a xarxes socials.
- Publicació regular de continguts amb la freqüència mínima establerta per a cada plataforma.
- Dinamització de la comunitat digital i seguiment d'interaccions.
- Desenvolupament de cobertures en directe d'activitats del centre.

La cobertura presencial inclourà, de mitjana, entre 6 i 8 activitats mensuals. Les cobertures podran incloure activitats, residències o projectes desenvolupats fora del terme municipal de Tarragona, vinculats directament a la programació i línies de treball del centre.

Aquesta cobertura podrà concretar-se en:

- fils a X o Bluesky
- publicació d'stories o reels
- enregistrament de fotografies i vídeos
- generació de continguts per a difusió posterior

Les cobertures es sol·licitaran amb un mínim de tres dies naturals d'antelació, excepte casos imprevistos.

4. Producció audiovisual i gràfica

- Creació de peces audiovisuals promocionals vinculades a exposicions, activitats i projectes.
- Edició i muntatge de vídeos resum de les activitats, lliurats en un termini màxim de cinc dies després de la seva finalització. Lliurament de materials en els formats requerits (JPG per a fotografies; MOV i MP4 per a vídeos).
- Adaptació gràfica de peces existents per a la seva difusió en diferents canals digitals.
- Maquetació.

5. Butlletins i relació amb mitjans

- Enviament de butlletins electrònics en dos idiomes (amb un tercer idioma en preparació) amb periodicitat setmanal.
- Gestió de la plataforma d'enviament (Mailchimp), incloent el cost de subscripció, estimat en 150,00 € mensuals IVA inclòs, i previst en el preu de la licitació.
- Enviament regular de notes d'agenda als mitjans de comunicació del territori.



- Seguiment actiu per assegurar la publicació de les informacions.
- Elaboració d'informes d'impacte.

6. Gestió de formularis i eines digitals

- Creació i gestió de formularis d'inscripció (Google o plataforma equivalent).
- El cost estimat de subscripció (30,00 € mensuals IVA inclòs) serà assumit per la persona adjudicatària i previst en el preu de la licitació.

7. Seguiment i avaluació

- Elaboració d'informes periòdics d'activitat i impacte.
- Anàlisi bàsica de resultats en web, xarxes i butlletins.
- Propostes de millora contínua.

8. Resposta a les peticions ciutadanes

- La prestació del servei haurà de seguir els protocols d'actuació i resposta establerts per a les xarxes socials municipals.
- Per norma general, la resposta a consultes o peticions formulades dins l'horari de 8 a 18 h en dies feiners s'haurà de fer el mateix dia.
- Les peticions formulades fora d'aquest horari o en dies festius, sempre que no comportin situacions d'emergència o crisis de reputació, es respondran entre les 9 i les 11 h del següent dia laborable.
- La tramitació de queixes, consultes o suggeriments en situacions d'emergència o crisis greus de reputació es farà amb total coordinació amb el tècnic de gestió designat pel responsable del contracte i amb el suport del Departament de Comunicació Institucional de l'Ajuntament de Tarragona.
- Es vetllarà pel compliment de les normes d'ús de les xarxes socials municipals.

9. Promoció i fidelització de públics

- Elaboració d'accions per promoure la ciutadania i el públic com a prescriptors de la cultura.
- Disseny i execució d'una estratègia d'augment sostingut de seguidors i comunitat digital, que podrà incloure concursos, accions participatives, interacció amb usuaris prescriptors i altres iniciatives acordades amb la direcció del centre.



10. Anàlisi, monitorització i reputació en línia

- Elaboració d'informes mensuals de resultats de cadascuna de les xarxes gestionades, amb dades específiques de publicacions, lliurats abans del dia 12 del mes següent.
- Elaboració d'un informe qualitatiu anual amb anàlisi acumulada i proposta de millores.
- Elaboració d'informes puntuals de resultats de campanyes de social media quan se sol·licitin.
- Elaboració d'informes puntuals en cas de crisis de reputació.
- Proposta i implementació d'accions de millora de la reputació en línia, d'acord amb la direcció del centre.

Descripció concreta de les tasques

1. Continguts web i blog

- Actualització regular del web del centre (WordPress) amb un mínim de 6 actualitzacions mensuals vinculades a exposicions, activitats o continguts institucionals.
- Publicació al blog d'un mínim de 2 entrades mensuals de contingut propi (articles, entrevistes, contextualitzacions o peces editorials).
- Revisió i actualització periòdica de continguts estructurals (fitxes d'exposicions, artistes, activitats).
- Optimització bàsica per a posicionament digital.

2. Xarxa X, Bluesky i Threads @medol_TGN

- Actualització regular del perfil amb informació d'actualitat cultural, agenda i avisos de darrera hora.
- Publicació orientativa de fins a 15 continguts setmanals, amb una mitjana mínima de 3 publicacions diàries en dies d'activitat.
- Promoció de la interacció i conversa amb els seguidors segons els criteris marcats per la direcció.
- Gestió i assessorament en etiquetatge.
- Revisió de notificacions i gestió de consultes, queixes i suggeriments segons l'apartat corresponent.

3. Instagram @medol_tgn



- Elaboració i execució d'una mitjana mensual de 10 publicacions a la galeria.
- Elaboració d'una mitjana mensual de 20 stories pròpies.
- Creació i actualització de "Històries destacades".
- Planificació i execució d'accions per al creixement sostingut de la comunitat.
- Gestió de notificacions i interaccions.

4. Facebook @medol_tgn

- Publicació d'una mitjana de 8-10 continguts mensuals.
- Dinamització de la comunitat.
- Monitorització i seguiment del perfil.

5. TikTok @medol_tgn

- Publicació d'una mitjana de 8-10 continguts mensuals.
- Monitorització de tendències i adaptació de continguts.
- Estratègia de creixement de comunitat.

6. Producció audiovisual

- Elaboració d'un mínim de 2 peces audiovisuals promocionals mensuals vinculades a programació o projectes específics.
- Adaptació de peces en formats vertical i horitzontal per a diferents canals.



Lot 3: Arts escèniques

- **Objecte del contracte**

Servei de gestió integral (suport a la gestió de continguts, disseny i execució) de la comunicació de les programacions i cicles impulsats des del servei municipal d'arts escèniques.

- Aquest lot inclou dues línies de serveis, el servei de gestió integral (suport a la gestió de continguts, disseny i execució) de la comunicació de les programacions d'arts escèniques i de les accions de difusió dels projectes específics de foment de la dansa.
- Pel que fa al servei de gestió integral (suport a la gestió de continguts, disseny i execució) de la comunicació de les programacions d'arts escèniques següents:
 1. *Temporada Primavera TGN Cultura (inclou cicles)*
 2. *Festival Dansa Tarragona*
 3. *Temporada Estiu TGN Cultura (inclou cicles)*
 4. *Festival Cultura o Extinció*
 5. *Festival Camp de Mart*
 6. *Temporada Tardor - Hivern TGN Cultura (inclou cicles)*
- Pel que fa al servei de gestió integral (suport a la gestió de continguts, disseny i execució) de les accions de difusió dels projectes específics de foment de la dansa.
- Coordinació de l'equip, fent d'enllaç amb el responsable del contracte.
- Servei de creació del pla de comunicació i les accions, i gestió de la comunicació per al perfil Dansa Tarragona que inclou continguts de la mesura PRO365 Dansa, el Cicle EN Dansa, EL Festival Dansa Tarragona i suport, des del perfil Dansa Tarragona, a la difusió a les xarxes de les accions professionals de foment de la dansa Mercat de la Dansa de Catalunya (Especial Dansa en els anys parells i Catalandance en el anys imparells)

- **3.1. Descripció de les tasques del servei gestió integral (suport a la gestió de continguts , disseny i execució) de la comunicació de les programacions d'arts escèniques**

- Participació en les reunions d'estratègia general de la comunicació.
- Adaptació i concreció de propostes pel pla anual de comunicació del programa d'arts escèniques i música, a lliurar a l'inici del contracte i en els següents anys durant la primera quinzena del mes d'octubre.
- Elaborar el pla de comunicació de cada temporada d'acord amb el pla anual de comunicació i les directrius tècniques municipals, que es facilitaran mitjançant un document de brífing i pressupost 4 mesos abans de l'inici de la programació.



Orientativament, el pressupost total disponible per a cada campanya de publicitat és d'uns 24.000 euros IVA inclòs i 25.000 euros en materials de difusió i distribució.

- Detallar un calendari de lliurament de les tasques i materials al llarg de l'any. Això inclou els terminis per a la presentació del pla anual de comunicació, l'entrega de materials de cada temporada i les publicacions periòdiques.
- Especificar els indicadors de rendiment (KPIs) que es consideraran en l'avaluació del servei, com ara el nombre de públic atret a través de campanyes, les interaccions en xarxes socials, la cobertura en mitjans, etc.
- Elaboració d'informes trimestrals amb els resultats de les campanyes, incloent-hi un informe anual més complet amb una anàlisi detallada i suggeriments de millores.
- Elaborar pla de diversitat, identificació i cerca de nous públics i noves comunitats a les que preveure accions de comunicació específiques. Augmentar el reconeixement dels serveis que s'ofereixen des de l'àmbit de les arts escèniques, la comunicació bidireccional i l'afiliació a les programacions del públic jove, ciutadania intercultural i ciutadania que no participa o no coneix els serveis i programes d'arts escèniques.
- Gestionar i executar el desenvolupament del pla de comunicació acordat amb la persona de l'Ajuntament responsable del contracte.
- Gestionar i crear continguts per a qualsevol format detallat seguidament.
- Redacció d'un butlletí digital setmanal amb la informació de les accions, dinàmiques i espectacles (de pagament o gratuïts) d'aquella setmana o d'avançament de programació i/o informació relacionada amb el projecte d'arts escèniques en les èpoques en que no hi ha programació. La persona adjudicatària treballarà directament a la plataforma d'enviament de butlletins tenint accés, gestió i control acompanyada de l'àrea de gestió de públics per tal de poder treballar la segmentació i l'alimentació de la base de dades d'aquesta tenint en compte el tema de la protecció de dades.
- Gestionar i mantenir el contingut de les programacions d'arts escèniques a la pàgina web informativa/corporativa a través d'un sistema de gestió de continguts (CMS) o el sistema de concreti l'àrea de comunicació corporativa.
- Creació d'articles de temes d'interès amb incorporació de recurs fotogràfic (del propi servei municipal o de l'activitat) i/o articles d'opinió per publicar a mitjans digitals o impresos (1 al mes).
- Gestió directa amb l'àrea de públics per alimentar la plataforma de venda d'entrades dels espectacles de la programació de la temporada/cicles (fotografies i textos).
- Realització d'imatges i vídeos (en el marc de les accions acordades i planificades en el pla de comunicació)
- Creació de la imatge gràfica de cada campanya (la revista/programa trimestral ja consta de la maquetació base preestablerta).



- Implementació de la imatge gràfica i maquetació de les peces publicitàries necessàries. Els materials necessaris per a cada campanya són almenys els següents:
 1. Revista cultural trimestral trimestral (format A5, interval aproximat de 80 a 180 pàgines, segons continguts trimestrals a desenvolupar).
 2. Graella amb programació de cada temporada.
 3. Cartell de cada temporada (cartell A3)
 4. Cartell – programa funcions accessibles (cartell A3)
 5. Programa Festival Dansa Tarragona (32 – 50 pàgines)
 6. Programa Festival Cultura o Extinció (32 -50 pàgines)
 7. Programa Festival Camp de Mart (32 - 50 pàgines)
 8. Octaveta resum cycle 1
 9. Octaveta resum cycle 2
 10. Octaveta resum cycle 3
 11. Octaveta resum cycle 4
 12. Peces per a les xarxes de TGN Cultura (post i story dels espectacles de la programació, amb una mitjana de 45 espectacles per temporada.)
 13. Cartelleria (banderoles, mupis, tanques, cartells, culera de bus, vinils cartelleres dels teatres Metropol i Tarragona, plafons de la Rambla, cartelleres totems)
 14. Bànners (10 adaptacions)
- Gestió i creació de vídeo spot amb els espectacles destacats de cadascuna de les 6 programacions. (2 min) a partir del material audiovisual disposat per les companyies.
 - *Temporada Primavera TGN Cultura (inclou cicles)*
 - *Festival Dansa Tarragona*
 - *Temporada Estiu TGN Cultura (inclou cicles)*
 - *Festival Cultura o Extinció*
 - *Festival Camp de Mart*
 - *Temporada Tardor - Hivern TGN Cultura (inclou cicles)*
- Creació de presentació tipus powerpoint de la programació de temporada en obert per tal de poder convertir en format vídeo per les pantalles de recepció del Teatre Tarragona, per a la presentació a la premsa, etc.



- Disseny i adaptacions d'altres peces o suports que s'acordin en el pla de comunicació.
- Fer propostes de pressuposts dels serveis de proveïdors tercers que hagin de produir les diverses accions previstes (impressió, distribució, instal·lacions, etc.). Gestionar i coordinar els proveïdors i traslladar-los a la persona responsable del contracte (aquesta, en coordinació amb l'equip municipal, se n'encarregarà dels tràmits de contractació i pagament a proveïdors, processos a càrrec de l'Ajuntament de Tarragona).
- Produir tres vídeos promocionals o de difusió al mes, d'una durada màxima de 2 minuts (en relació a espectacles concrets, amb materials ja recollits en les cobertures realitzades).
- Trimestralment, produir un vídeo resum de final de cada temporada, incloent cicles i festivals (a partir de les imatges ja recollides en les cobertures o dels que es recullen per part de les persones que n'hagin fet seguiment).
- Elaborar i presentar un informe de valoració de resultats i possibles millores al final de cada pla de comunicació.
- Així mateix, en base a l'anàlisi dels resultats acumulats en cada campanya i del funcionament del servei, també caldrà fer un informe qualitatiu anual amb una proposta de millores a incorporar.
- 14 cobertures mensuals (fotografia i vídeo), que podran ser distribuïdes de forma diferent al llarg de l'any en funció de les necessitats del servei. Aquestes seran prèviament pactades amb la persona responsable del lot.
- Disponibilitat en dies festius, en base a la planificació de tasques acordada en el pla de comunicació i en el seu seguiment. Atesa la naturalesa de les programacions d'arts escèniques, festivals i estrenes, així com la possible celebració d'activitats en diumenges o festius, es podrà requerir la reserva de disponibilitat del personal adscrit al contracte en dies festius oficials. Aquesta disponibilitat comportarà:
- Localització durant la franja horària establerta.
- Capacitat d'atendre requeriments municipals vinculats a incidències comunicatives, canvis de programació o necessitats urgents de difusió.
- Inici de la prestació efectiva en un termini màxim de 60 minuts des del requeriment municipal, si així es determina.
- La disponibilitat no implica necessàriament activació efectiva del servei. En cas d'activació, el temps realment treballat tindrà la consideració de treball efectiu en dia festiu.
- Es facturarà el mateix import cada mes, independentment dels treballs realitzats.
- La publicitat de pla de mitjans de cada campanya es gestionarà directament des de l'Ajuntament.



- Es requereix la coordinació tècnica amb les persones que duen a terme la gestió dels perfils de xarxes socials i tasques de publicació de continguts en altres espais amb trobades periòdiques.
- La correcció, revisió i gestió de continguts de tota la informació que ser generi pels diferents suports comunicatius anirà a càrrec de l'empresa adjudicatària.
- Es proporcionarà accés a plantilles i guies de maquetació establertes per l'Ajuntament, assegurant que el disseny gràfic sigui coherent amb la identitat visual de TGN Cultura i que sigui compatible amb els formats mòbil i escriptori.
- Avaluació i seguiment dels materials i accions de cada temporada elaborant un informe i propostes de millora anual.

- **3.2. Descripció de tasques de comunicació Dansa Tarragona / Pro365 / En Dansa i suport difusió accions pel sector professional.**

Servei de creació del pla de comunicació i les accions, i gestió de la comunicació per a PRO365 Dansa, el Cicle EN Dansa, EL Festival Dansa i suport a la difusió a les xarxes de les accions professionals de foment de la dansa Mercat de la Dansa de Catalunya, (Especial Dansa en els anys parells i Catalandance en el anys imparells)

L'objecte d'aquesta licitació és crear el pla de comunicació i pla d'accions per portar a terme tota la comunicació del Festival Dansa Tarragona, accions de la mesura del Pla d'Impuls de la dansa Pro 365, el cicle En Dansa i suport a la difusió a les xarxes de les accions professionals de foment de la dansa (Especial Dansa i Catalandance). Pel que fa a al suport a les accions professionals del sector de la dansa , els anys parells hi ha jornada per sector professional i els anys imparells hi ha festival Catalandance, de caire internacional.

Pel que fa a les activitats impulsades i gestionades directament, el Festival Dansa Tarragona es desenvoluparà al voltant del mes de març i durant l'any el contingut es centrarà amb les accions del cicle En Dansa i en accions de la mesura del Pla d'Impuls de la dansa Pro 365. Aquestes accions son trobades del sector professional de la dansa, programadors i gestors culturals, per sensibilitzar i impulsar la contractació de peces de dansa.

L'horari s'adaptarà a les necessitats del servei, tenint en compte que la jornada/festival es concentra en un màxim de 4 dies consecutius durant el mes de març i caldrà fer seguiment i cobertura durant tota la jornada. Cal tenir disponibilitat prèviament al festival per gestionar i planificar els materials necessaris d'aquest. Es detalla, a continuació, dels materials contemplats per cada programació.

Pel que fa al Pro 365, durant l'any es farà un seguiment i cobertura de les trobades i sortides del sector professional Pro 365 arreu del territori català (6 sortides). Cal desplaçaments fins al lloc de les trobades per tal de fer cobertura i relat que s'extregui de les trobades i publicació de continguts a les respectives xarxes enllaçades.



En cas de canvis importants esdevinguts en l'àmbit del servei causats per terceres parts (tancament o re enfocament d'una xarxa social, per exemple), l'empresa prestatària del servei pactaran l'adaptació als nous canvis mantenint sempre la dotació de recursos i la dedicació habitual.

També es farà un seguiment de la programació i difusió del cicle En Dansa que es desenvolupa des de l'àrea d'arts escèniques amb programació repartida durant tot l'any. Aquestes accions es complementen amb activitats complementàries i programes de mediació cultural, els quals també requereixen el seu seguiment i la seva visibilització.

Mercat de a Dansa De Catalunya,

Xxss

Compartir les publicacions que es generin des del perfil extern de foment de la dansa Del Mercat de la Dansa de Catalunya a través del perfil @Dansatarragona.

Pro 365

Web

Gestió de la informació de l'espai web especialdansa.tarragona.cat, que inclou:

- Gestionar i facilitar els continguts de les sortides Pro365 al departament de comunicació corporativa municipal per publicar a l'espai web.

Festival Dansa Tarragona

Creació d'imatge nova i inèdita del Festival Especial Dansa de cada any imparell amb les adaptacions al següent material:

Material gràfic

Web:

- Facilitar la informació que s'ha de publicar (notes de premsa, relació de la programació,...), a l'espai web municipal, amb enllaç directe amb els responsables de la gestió de continguts de comunicació corporativa municipal.

Audiovisual:

- Recull fotogràfic i enregistrament i edició vídeo resums del festival (orientativament seguiment visual 15 espectacles dins el període 4 dies)

Cicle en Dansa i accions i programes de mediació artística relacionats amb la dansa



El cicle En Dansa, que es desenvolupa des de l'àrea d'arts escèniques, compta amb programació estable, repartida durant tot l'any. Aquestes accions es complementen amb programes de mediació cultural, els quals també requereixen el seu seguiment i la seva visibilització.

Descripció de les tasques del servei generals:

- A banda de la participació en les reunions d'estratègia general de la comunicació amb les persones responsables de la secció caldrà la coordinació tècnica amb les persones que duen a terme la gestió dels perfils de xarxes socials i tasques de publicació de continguts en altres espais de forma periòdica.

Estratègia

- Complementació, junt amb la resta d'accions de dansa de les arts escèniques, de les estratègies de comunicació anual per fomentar la visibilitat del sector, així com de les accions i programes de mediació cultural que utilitzen l'expressió corporal com a eina d'expressió artística.

Xarxes:

- Definició d'un calendari mensual d'accions i de publicacions a les xarxes socials, que s'haurà de presentar la setmana abans a l'inici del mes.
- Planificació de continguts a quinze dies vista.
- La planificació de continguts a xarxes requereix la redacció del copy de l'acció específic i adaptat a cada xarxa, la inserció de les imatges o vídeos generats per l'ocasió o bé anteriors, i els ajustos de les peces que siguin pertinents. Caldrà la planificació, creació, programació i gestió de les accions proposades. Gestionar i assessorar en l'etiquetatge i cerca de hashtags relacionats amb les accions a comunicar per crear interacció.
- Escolta activa: oferir resposta a les demandes o aclariments que puguin sorgir en la conversa a les xarxes socials.
- Interacció amb la comunitat a través de les xarxes socials
- Instagram
 - o Elaboració i execució de dues publicacions mensuals a la galeria de mitjana, que poden ser distribuïts al llarg de l'any
 - o Elaboració i execució de 5 stories mensuals, que poden ser distribuïts al llarg de l'any (sense incloure la compartició de continguts d'stories o posts d'altres perfils)
 - o Subtitulació de vídeos explicatius per millorar la comunicació i fer-la més inclusiva. Els textos aniran a la part inferior de la imatge amb el màxim contrast de color amb el fons. Mida de



lletra gran i llegible. Mantenir la mateixa coherència gràfica a totes les publicacions amb subtitulació

- Tik Tok
 - o Elaboració i execució de 2 publicacions mensuals de mitjana, que poden ser distribuïts al llarg de l'any
- Facebook
 - o Publicar i compartir les programacions de les activitats que es publiquen a Instagram
- Xarxa X
 - o Publicar i compartir les programacions de les activitats que es publiquen a Instagram

Cobertures:

- Seguiment i cobertura presencial d'una acció mensuals del Cicle en Dansa o bé de programes de mediació al voltant de la dansa i l'expressió corporal, de mitjana, que podran ser distribuïdes de forma diferent al llarg de l'any en funció de les necessitats del servei. Aquestes cobertures es realitzen en horaris diversos, que són variables, i en espais també variables a la mateixa ciutat de Tarragona i per tant, cal el desplaçament a aquests espais. Aquestes seran prèviament pactades amb la persona responsable del lot.

Per cobertura d'actes s'entén el seguiment d'actes de diferents tipologies (inauguració, exposició, presentació, roda de premsa, activitat, acció, explicació del servei cultural,...). Aquesta cobertura es pot concretar en diferents accions (desenvolupar un fil a X, publicació de post o d'Stories a Instagram, enregistrament de fotografies, vídeos horitzontals o reels per a la posterior difusió a xarxes o web,...). Aquestes cobertures es demanaran amb la màxima antelació possible, sempre amb un mínim de tres dies naturals d'antelació. Excepcionalment però, poden sorgir imprevistos en què s'hagi de fer la cobertura sense la possibilitat d'aquesta antelació.

- Al final de cada temporada, s'haurà lliurar un vídeo resum compost a partir de les gravacions que s'hagin fet, lliurat com a màxim cinc dies després d'haver acabat l'acció, a mode de memòria audiovisual muntada. En format TIFF i JPG si són fotografies, i en format MOV i MP4 per als vídeos. Si és requereix, s'incorporaran a les imatges en seguit de metadades a les imatges per a la correcta classificació del material al banc d'imatges municipal.

Realització de dos vídeos de 5 minuts elaborats com a memòria gràfica, anuals, amb imatges que poden ser facilitades també per l'organització. La temàtica i el serveis es definiran anualment.



- **Descripció tasques generals**

Proposta de continguts i pla de comunicació detallat per les accions de cada cicle.

Proposta i planificació de continguts comunicatius per al Festival Dansa Tarragona, Pla d'Impuls Pro365 i cicle En Dansa, que inclou:

- Redacció i planificació de continguts.
- Redacció i enviament de butlletins de cadascuna de les comunicacions establertes de cada programació. Accés a la plataforma municipal d'enviament de butlletins i amb gestió directa amb el suport tècnic municipal)
- Revisió i correcció de tots els materials comunicatius.

Instagram

Gestió del perfil institucional @Dansatarragona, que inclou:

- Participació en les reunions d'estratègia general de la comunicació.
- Informar i mantenir el perfil amb contingut del festival i de la Jornada Especial Dansa, projecte Pro365 dansa i cicle En Dansa amb una mitjana mensual de 5+5 publicacions al mes amb format post i story durant l'any. Amb un pack addicional durant la jornada/festival de 10+10 publicacions prèvies al Festival Dansa Tarragona i 15+15 publicacions més durant i després del Festival (post i story).
- Continguts generats Festival Dansa Tarragona del mes de març. Sortides i trobades d'acompanyament a programadors/res del projecte Pro365 dansa (programades 6 sortides/any) i seguiment i cobertures del cicle En Dansa (10 espectacles/any).
- Comparticions de publicacions del perfil professional del Mercat de la Dansa De Catalunya en accions de foment de la Dansa.
- Les publicacions relacionades es generaran a partir del fons fotogràfic i seguiment reportat a càrrec de la persona adjudicatària i/o material lliurat pel personal municipal d'arts escèniques el mateix dia de l'activitat i es publicarà el mateix dia.
- La persona adjudicatària haurà d'estar informat del contingut relacionat amb la publicació i fer proposta de copy abans de publicar-la.

Cobertures

La persona adjudicatària del servei efectuarà un màxim de 30 cobertures presencials i 6 cobertures amb desplaçament dins el territori català, com: rodes de premsa, convocatòria de companyies, trobades sectorials, accions de la mesura PRO365 Dansa, Festival Dansa Tarragona i funcions del cicle En Dansa.



- Cada cobertura es pot concretar amb un seguit de publicacions a Instagram (post i/o story)
- Com a norma general, les cobertures prioritzaran els aspectes informatius i vivencials als gràfics.
- Aquestes cobertures s'han de comptabilitzar a banda dels requeriments mínims especificats.
- Cal tenir especialment present que les cobertures poden realitzar-se en vespres o caps de setmana.
- Les cobertures s'anunciaran amb la màxima antelació possible i sempre amb un mínim de 48 hores d'antelació, excepte en els casos d'urgència o sobrevinguts.

Atenció Digital

- La persona o empresa adjudicatària haurà de monitoritzar totes les mencions i comentaris rebuts al perfil objecte del servei, per tal de valorar, classificar i respondre, si escau, els missatges pertinents.
- La tramitació de les queixes, consultes i suggeriments que es generin davant d'una situació d'emergència o crisi greu de reputació es farà amb total coordinació amb el tècnic de gestió designat pel responsable del contracte, conjuntament amb el suports del departament de Comunicació Institucional de l'Ajuntament de Tarragona.

Informes

La persona adjudicatària lliurarà un informe de balanç anual incloent els resultats de gestió del perfil gestionat. El detall dels objectius i indicadors s'especificarà a l'inici del contracte, però cal tenir present que ha d'incloure, com a mínim:

- Un resum de les dades més rellevants: nombre de seguidors, nombre de publicacions, interaccions (mencions, comentaris, RT, M'agrada, comparticions, etc.), abast o visualitzacions totals, abast o visualitzacions publicacions més vistes.
- El nombre total de comentaris pertinents, respostos i no respostos.
- Resum temàtic dels comentaris pertinents.
- Informe de casos de crisi de reputació, si escau.

Per últim, també s'inclourà un apartat de valoració amb proposta d'accions de millora, si escau.



- **Lot 4: festes de Santa Tecla.**

- **Objecte del contracte**

Servei de gestió dels perfils corporatius de les festes de Santa Tecla.

El servei es desenvoluparà com a màxim del 10 d'agost al 30 de setembre.

- **Descripció de les tasques concretes**

- Coordinació de l'equip, fent d'enllaç amb el responsable del contracte.

Facebook

Gestió del perfil institucional facebook.com/santatecla que inclou:

- Actualitzar diàriament la pàgina amb una mitjana de 2 publicacions al dia —inclosos el cap de setmana— que podran ser programades. Aquestes publicacions poden ser:
 - o Àlbums fotogràfics amb les imatges de la festa facilitades per l'Ajuntament de Tarragona.
 - o Continguts d'actualitat de la festa major, prioritzant l'interès per a la ciutadania.
 - o Comparticions de publicacions de pàgines municipals o d'altres pàgines rellevants.
 - o Difusió dels continguts del blog de l'Ajuntament de Tarragona.
- Interaccions, si escau, amb altres pàgines municipals o altres pàgines rellevants.

Xarxa X

- Gestionar les publicacions del perfil institucional @SantateclaTGN, seguint aquesta periodització:
 - o 1 x setmana, del 10 d'agost al 20 d'agost
 - o 2 x dia, del 20 al 31 d'agost
 - o 8 x dia, de l'1 al 9 de setembre
 - o 16 x dia, del 10 al 24 de setembre
 - o 2 x dia, del 25 al 30 de setembre
- Aquestes publicacions poden ser:
 - o Continguts referents a l'actualitat de la festa major, generalment a partir del programa i les notes de premsa elaborades pel mateix Ajuntament.
 - o Difusió dels actes d'agenda més rellevants.



- o Avisos de darrera hora (previsions meteorològiques adverses; canvi d'ubicació d'una activitat, etc.).
 - o Compartir publicacions digitals d'entitats, promotors i associacions vinculades a la programació de la festa major.
 - o Qualsevol aspecte relacionat amb la difusió de la festa major per al benefici de la ciutadania.
 - o Retransmissions en directe de rodes de premsa, actes o esdeveniments d'especial importància.
- Per la seva naturalesa, part dels continguts s'han d'elaborar cada dia i piular en directe, mentre que d'altres piulades es poden programar i deixar preparades.
 - Caldrà adaptar cada contingut al seu format més apropiat (fil, piulada amb diferents fotografies, tuit amb cita, etc.), tot buscant sempre la fórmula òptima per intentar ser els més didàctics possibles i aspirar a assolir l'audiència més àmplia.
 - Identificar influenciadors i agrupar-los en llistes temàtiques.

Instagram

Planificació i consecució de seguidors del perfil d'Instagram de Santa Tecla (segons les directrius rebudes), elaboració i execució de les publicacions següents:

- Gestionar les publicacions del perfil institucional @SantateclaTGN, seguint aquesta periodització:
 - o 1 x setmana, del 10 d'agost al 20 d'agost
 - o 2 x dia, del 20 al 31 d'agost
 - o 8 x dia, de l'1 al 9 de setembre
 - o 16 x dia, del 10 al 24 de setembre
 - o 2 x dia, del 25 al 30 de setembre
- Aquestes publicacions poden ser:
 - o Continguts referents a l'actualitat de la festa major, generalment a partir del programa i les notes de premsa elaborades pel mateix Ajuntament.
 - o Difusió dels actes d'agenda més rellevants.
 - o Avisos de darrera hora (previsions meteorològiques adverses; canvi d'ubicació d'una activitat, etc.).
 - o Compartir publicacions digitals d'entitats, promotors i associacions vinculades a la programació de la festa major.



- o Qualsevol aspecte relacionat amb la difusió de la festa major per al benefici de la ciutadania.

-Quantitats:

- o Una mitjana de 70 publicacions a la galeria i 200 stories en tot l'any.
Per a les publicacions es podran usar tant les imatges obtingudes en les cobertures com altres fotografies, vídeos o recursos gràfics generats per l'empresa o proporcionats per l'Ajuntament.
- o Personalitzar posts amb la imatge/capçalera/marc del color i gràfica del cicle. Aquesta informació/imatges i colors es donarà detallada per part de l'Ajuntament.
- o Elaborar recomanacions per a incorporar publicacions (amb fotografies, vídeos, etc) elaborades per part de l'equip tècnic de Cultura.
- o Gestionar i assessorar en etiquetatge.
- o Revisar les notificacions dels perfils i destriar els comentaris, públics i privats, de queixes, consultes i suggeriments que correspongui respondre segons les condicions descrites en l'apartat 'Resposta a les peticions ciutadanes'.
- o Elaborar proposta de segmentació de públics de les promocions pagades.

Cobertures

La persona adjudicatària del servei efectuarà un màxim de 16 cobertures a rodes de premsa, presentacions, actes oficials, celebracions culturals o esportives o, en definitiva, qualsevol esdeveniment —no necessàriament d'organització municipal— que es consideri rellevant:

- Cada cobertura es pot concretar amb un seguit de publicacions a concretar en cada cas: elaboració d'un fil en directe a la xarxa X, elaboració d'un àlbum fotogràfic per a Facebook, etc.
- Com a norma general, les cobertures prioritzaran els aspectes informatius i vivencials als gràfics.
- Aquestes cobertures s'han de comptabilitzar a banda dels requeriments mínims especificats per a cada xarxa social, si bé es tindran en compte en el nombre de publicacions global.
- Cal tenir especialment present que les cobertures poden realitzar-se en vespres o caps de setmana.
- Les cobertures s'anunciaran amb la màxima antelació possible i sempre amb un mínim de 48 hores d'antelació, excepte en els casos d'urgència o sobrevinguts.

Règim específic de disponibilitat



Atesa la concentració d'activitats, la intensitat comunicativa i l'elevada exposició pública del període de les Festes de Santa Tecla (del 10 d'agost al 30 de setembre), el servei requerirà un règim reforçat de disponibilitat.

1. Disponibilitat per sobrevingut

Durant el període d'execució del contracte, es podrà requerir la reserva de disponibilitat per atendre incidències no previstes, incloent-hi:

- Canvis de programació.
- Incidències meteorològiques.
- Situacions d'emergència o avisos de servei públic.
- Episodis de risc reputacional.

Aquesta disponibilitat comportarà:

- Localització immediata.
- Capacitat d'iniciar la prestació efectiva del servei en un termini màxim de 30 minuts durant el període central de festes (especialment del 10 al 24 de setembre).

La disponibilitat no implica necessàriament activació efectiva del servei.

2. Disponibilitat en dies festius

Durant el període festiu, es podrà requerir la reserva de disponibilitat en diumenges i festius oficials inclosos dins del període d'execució.

En cas d'activació efectiva, el temps realment treballat tindrà la consideració de treball efectiu en dia festiu.

La disponibilitat festiva és independent de les cobertures mínimes previstes en aquest plec.

Es facturarà mensualment el mateix import independentment dels treballs realitzats.

Atenció Digital

- La persona adjudicatària monitoritzarà totes les mencions i comentaris rebuts a les xarxes socials institucionals, per tal de valorar, classificar i respondre, si escau, els missatges pertinents.
- La persona adjudicatària tramitarà les queixes, consultes i suggeriments que es generin davant d'una situació d'emergència o crisi greu de reputació, cosa que es farà amb total coordinació amb el tècnic de gestió designat pel responsable del contracte, conjuntament



amb el suports del departament de Comunicació Institucional de l'Ajuntament de Tarragona.

- La persona adjudicatària haurà d'interlocutar amb els diferents tècnics de festes de l'Ajuntament de Tarragona (a partir d'un llistat d'interlocutors facilitat pel mateix Ajuntament), per obtenir resposta o fer les consultes oportunes generades pels missatges considerats pertinents.
- Per norma general, la resposta als usuaris que demanin informació o plantegin peticions a través de les xarxes ha de ser durant el mateix dia feiner, si es fan dins l'horari de 9 a 18 h. Les queixes emeses fora d'aquest horari, es respondran al matí del següent dia laborable. Excepcionalment, durant el període comprès entre el 14 i el 24 de setembre, l'horari de resposta serà el mateix dia si es fa dins l'horari de 9 a 22 h, tant els dies feiners com els festius.

Agenda

Introducció a l'agenda de tots els actes de la programació de Santa Tecla, incloent els actes previs i posteriors. Les característiques del servei son:

- Introducció de 450 actes a l'agenda de santatecla.tarragona.cat
- Actualització immediata en cas de canvis
- El termini per introduir els actes serà d'un mínim de 5 dies i un màxim de 7, i es farà habitualment en el període comprès entre el 17 i el 23 d'agost.

Informes

La persona adjudicatària lliurarà el dia 25 de setembre a les 10 h un informe de balanç incloent:

- Els resultats de gestió de les xarxes gestionades. El detall dels objectius i indicadors s'especificarà a l'inici del contracte, però cal tenir present que ha d'incloure, com a mínim:
 - o Un resum de les dades més rellevants per a cada xarxa: nombre de seguidors, nombre de publicacions, interaccions (mencions, comentaris, RT, M'agrada, comparticions, etc.), abast o visualitzacions totals, abast o visualitzacions mitjà per publicació i top 10 de publicacions més vistes al mes a cada xarxa.
 - o El detall amb les dades rellevants de rendiment de totes les publicacions del mes a cada xarxa (pot ser un annex en format Excel o similar amb les dades proporcionades per cada xarxa).

La persona adjudicatària lliurarà abans del dia 30 de setembre a les 10 h un informe de balanç on:

- Inclourà els resultats de la gestió de les queixes, comentaris i consultes rebudes. El detall de l'informe també s'especificarà a l'inici del contracte però cal tenir present que l'informe ha d'incloure, com a mínim:



- o El nombre total de comentaris pertinents, respostos i no respostos.
- o Resum temàtic dels comentaris pertinents.
- o Informe de casos de crisi de reputació, si escau.

Per últim, també s'inclourà un apartat de valoració subjectiva de la festa, amb proposta d'accions de millora, si escau.



- **Lot 5: Museu d'Història de Tarragona.**

- **Objecte del contracte**

Servei de gestió dels perfils corporatius del Museu d'Història de Tarragona.

- **Descripció de les tasques generals del servei**

- Gestionar els perfils propis del Museu d'Història de Tarragona.
- Captació de seguidors.
- Actualització diària/setmanal dels continguts (amb la freqüència mínima detallada a les característiques específiques de cada xarxa) per explicar el Museu d'Història de Tarragona, les seves tasques, monuments i programa d'activitats, i també fomentar la socialització del coneixement històric de Tarragona.
- Seguiment dels criteris de redacció establerts pel Departament de Comunicació Institucional de l'Ajuntament de Tarragona, així com la seva identitat i imatge corporativa.
- Coordinació de l'equip, fent d'enllaç amb el responsable del contracte.
- Coordinació/col·laboració amb altres xarxes municipals per dur a terme, si escau, accions conjuntes.
- Coordinació/col·laboració amb altres xarxes socials externes (Museu Nacional Arqueològic, Museu Bíblic, Museu Diocesà, Museu del Port, Museu d'Art Modern, Caixa fòrum... i altres museus i comptes d'història, arqueologia i museologia per dur a terme, si escau, accions conjuntes.
- Assessorament al MHT sobre el funcionament i els recursos de les xarxes socials objectes de la present licitació, informant i incorporant, si escau, les noves funcionalitats de les xarxes que puguin aparèixer fins a finals de l'any natural.
- Promoció permanent del web municipal del Museu i de les activitats d'aquest recollides a la TGN Agenda.

Resposta a les peticions ciutadanes

- Les xarxes socials són espais de comunicació 2.0, en què no només s'emeten publicacions unidireccionals per part del responsable del canal, sinó que també generen comentaris per part de la ciutadania. A les institucions públiques els interessa seguir les converses que es generen a les xarxes per conèixer les opinions dels usuaris de les xarxes i respondre, si escau, els dubtes tècnics o de procediment que s'hi puguin suscitar.



- La prestació del servei seguirà les normes d'ús de les xarxes socials de l'Ajuntament de Tarragona.
- Es realitzarà seguiment diari i, si escau, resposta en la major brevetat possible, a qualsevol informació plantejada pels usuaris dins de l'horari comprès entre les 9 i 19 hores de dies feiners segons calendari laboral de propi MHT. Si la resposta no es pot proporcionar immediatament, es faran les gestions pertinents per intentar obtenir la resposta oportuna en un termini òptim de 24 – 48 hores.
- La tramitació de les queixes, consultes i suggeriments que es generin davant d'una situació d'emergència o crisi greu de reputació es farà amb total coordinació amb el responsable del contracte, conjuntament amb el suports del departament de Comunicació Institucional de l'Ajuntament de Tarragona.

Promoció i fidelització de seguidors

- Elaboració i execució d'una estratègia d'augment de seguidors, d'interaccions i de fidelització dels primers.

Anàlisi, monitorització i reputació en línia

- L'empresa prestatària del servei haurà d'elaborar informes mensuals dels resultats de la gestió de cadascuna de les xarxes gestionades. Aquests informes s'hauran de lliurar abans del dia 10 del mes següent.
- Els informes, que seguiran els objectius marcats i l'anàlisi de dades proposats pel MHT, inclouran dades de balanç genèriques de les publicacions a Instagram i Facebook, és a dir, número de seguidors, número de publicacions, abast total, nombre d'interaccions, taxa d'interacció, etc., així com una selecció dels indicadors més rellevants de cadascuna de les publicacions: publicacions a Facebook, publicacions a les galeries d'Instagram, stories, Reels, etc.
- També caldrà que elaborin i presentin informes puntuals dels resultats de les campanyes de social media en cas que se sol·licitin (màxim, dos al mes).
- Caldrà igualment elaborar i presentar informes puntuals de crisis de reputació, en cas de que es produeixin.
- Es podran proposar i implantar accions de millora de la reputació en línia del MHT.

- **Descripció concreta de les tasques**

Facebook

- Gestió de la pàgina pròpia del Museu d'Història de Tarragona.
- Captació de seguidors.



- Actualitzar diàriament la pàgina creada amb una mitjana setmanal de 3 publicacions al feed, 5 stories setmanals (sense incloure les comparticions de contingut) i 2 Reels al mes a la pàgina (els reels de facebook i instagram poden ser els mateixos).
- Crear i gestionar tots esdeveniments de Facebook per a les activitats de MHT.
- Establir fils de diàlegs amb els seguidors i respondre les interpel·lacions d'acord amb els criteris marcats als protocols corporatius de xarxes socials.
- Crear àlbums fotogràfics.

Instagram

- Gestió del perfil propi del Museu d'Història de Tarragona.
- Captació de seguidors.
- Actualitzat diàriament el perfil creat, tot elaborant i publicant, de mitjana, de 3 posts setmanals propis a la galeria, 5 stories setmanals (sense incloure les comparticions de contingut) i 2 Reels al mes a la pàgina, i que prioritzin l'impacte visual dels continguts i que aprofitin i potenciïn les diverses funcionalitats actuals i futures d'aquesta xarxa social.
- Promocionar la interacció i la conversa amb els seguidors i les interpel·lacions d'acord amb els criteris marcats als protocols corporatius.
- Recompartir a Stories les publicacions més rellevants d'entitats, persones, empreses, etc., que generin activitats i projectes.
- Fer ús dels stories destacats per publicar informació bàsica i essencial per al públic o futurs visitants del Museu. Per exemple: agenda, horaris, imatges de les activitats, imatges destacades dels recintes...

En les dues xarxes

- Utilitzar les imatges dissenyades expressament per a promocionar cadascuna de les activitats i editar el material en el cas que sigui necessari perquè les publicacions a les xarxes socials segueixin un mateix estil. També es podran sol·licitar imatges a l'Arxiu Municipal de Tarragona. La resta de material audiovisual (reportatge fotogràfic, enregistrament en imatges o vídeos) s'haurà d'elaborar expressament (veure epígraf "Cobertura d'esdeveniments i obtenció d'imatge).
- Crear seccions fixes i nous continguts a partir d'accions (preferentment participatives) ideades expressament per a aquest entorn.
- Gestionar sortejos i promocions relatius a espectacles i altres tipus d'activitats.
- Difusió de les notes de premsa de temàtica històrica, arqueològica i de patrimoni històric i artístic en general que es generin des del Gabinet de Premsa de l'Ajuntament de Tarragona.



- Compartir continguts que difonguin un punt de vista desconegut dels principals esdeveniments, al qual els altres mitjans i els ciutadans en general no acostumen a tenir accés.
- Destriar els comentaris i missatges dels usuaris relatius a queixes, consultes i suggeriments que correspongui contestar al servei d'atenció a l'usuari i informar-lo de les peticions que hi ha per tal que les puguin gestionar i enviar una resposta al més aviat possible.
- Tramitar les queixes, consultes i suggeriments que es generin davant d'una situació d'emergència o crisi greu de reputació, la qual cosa es farà amb total coordinació amb la direcció tècnica del MHT, conjuntament amb el suports del departament de Comunicació Institucional de l'Ajuntament de Tarragona.

Reportatges audiovisuals

- Per les característiques dels servei, amb la voluntat de difondre continguts gràfics de qualitat i de fer un seguiment de l'activitat museística i històrica de la ciutat, el servei també requereix la realització de reportatges audiovisuals, 36 de mitjana al llarg de la durada del contracte (la xifra correspon al supòsit de durada màxima del contracte). Per a reportatges audiovisuals s'entén el desplaçament per obtenir imatges d'una activitat de la programació, un monument, una conferència, etc. Cal preveure que aquests reportatges poden tenir lloc preferentment als caps de setmana i/o al vespre i que les activitats poden tenir una durada mitjana de 2 hores cadascuna (a les quals caldrà sumar les hores d'edició del material).
- Per a reportatge audiovisual s'entén la realització d'un reportatge fotogràfic o bé l'enregistrament i posterior edició d'un breu vídeo (per exemple, Reel a Instagram).
- Les imatges i els vídeos aportats hauran de garantir una qualitat mínima: enquadrament, lluminositat, nitidesa, sentit narratiu, imatge gràfica del museu, etc.
- Excepte possibles urgències sobrevingudes, cada reportatge s'encarregarà amb un mínim de 48 h d'antelació.
- La data de lliurament de cada reportatge es pactarà entre ambdues parts en el moment d'efectuar l'encàrrec. A banda, abans del dia 10 de cada mes el proveïdor lliurarà a l'Ajuntament totes les imatges dels reportatges fotogràfics del mes anterior, dividides en carpetes específiques per a cada encàrrec, en format TIFF i JPG en el cas de les imatges i MP4 o equivalent en el cas de vídeo. Si així es requereix, s'incorporaran a les imatges un seguit de metadades a les imatges per a la correcta classificació del material al banc d'imatges municipal.

Cobertures en directe

- Per les característiques del servei, i amb l'objectiu de poder transmetre informació d'interès de darrera hora, el servei també requereix la cobertura d'esdeveniments en directe, 4 al



llarg de la durada del contracte. Cal preveure que aquestes cobertures poden tenir lloc també als vespres o caps de setmana i que les activitats poden tenir una durada mitjana d'una hora.

- Com a esdeveniment s'entén un acte organitzat pel MHT, ja sigui una activitat, roda de premsa, lliurament de premis, acte públic, etc.
- Aquesta cobertura en directe pot implicar publicacions instantànies en una o diferents xarxes: una galeria senzilla a Facebook, un seguit d'stories a Instagram, etc. Els detalls de la petició de cada cobertura es concretaran en el moment de realitzar l'encàrrec.
- Excepte possibles urgències sobrevingudes, cada cobertura en directe s'encarregarà amb un mínim de 48 hores d'antelació.



- **Lot 6: Promoció cultural i acció transversal**

- **Objecte del contracte**

Servei de gestió integral (disseny i execució) de la comunicació de Promoció cultural i acció transversal.

Promoció cultural i acció transversal necessita comunicar els serveis públics, els programes i processos que es porten a terme, més enllà de les activitats puntuals i les produccions. Cal treballar la comunicació bidireccional i establir proximitat i relació amb les persones de manera que sàpiguen el que es fa i hi puguin participar en el nivell i amb la implicació que cadascú prefereixi. A més a més es comuniquen processos de mediació des dels valors, els aprenentatges i les relacions.

L'objectiu és impulsar la visibilitat, el seguiment i la participació ciutadana en els programes, projectes i processos culturals municipals, especialment de promoció cultural i acció transversal. El contracte inclou el disseny i execució d'estratègies de comunicació, la producció de continguts gràfics i audiovisuals, el disseny de la informació necessària per a la seva difusió i comunicació, així com la planificació i difusió de campanyes culturals accessibles, inclusives i alineades amb els valors de l'organització.

Així mateix, el servei incorpora accions transversals de suport a la mediació cultural, la participació comunitària i la coordinació entre diferents àrees municipals, garantint una comunicació coherent i integrada. El contracte també preveu el seguiment d'indicadors, l'avaluació dels resultats i l'elaboració d'informes periòdics que permetin millorar l'impacte de les polítiques culturals i reforçar el seu abast social i comunitari.

- **Descripció de les tasques del servei**

- Participació en les reunions d'estratègia general de la comunicació amb les persones responsables de la secció.
- Seguiment dels criteris de redacció i estil marcat des del servei, així com la seva identitat i imatge corporativa
- Coordinació tècnica amb les persones que duen a terme la gestió dels perfils de xarxes socials i tasques de publicació de continguts en altres espais de forma periòdica.

Estratègia

- Disseny i execució d'estratègies de comunicació anual tenint en compte l'establert des de Promoció cultural i acció transversal



Xarxes

- Definició d'un calendari mensual d'accions i de publicacions a les xarxes socials, que s'haurà de presentar la setmana abans a l'inici del mes.
- Planificació de continguts a quinze dies vista.
- La planificació de continguts a xarxes requereix la redacció del copy de l'acció específic i adaptat a cada xarxa, la inserció de les imatges o vídeos generats per l'ocasió o bé anteriors, i els ajustos de les peces que siguin pertinents. Caldrà la planificació, creació, programació i gestió de les accions proposades. Gestionar i assessorar en l'etiquetatge i cerca de hashtags relacionats amb les accions a comunicar per crear interacció.
- Escolta activa: oferir resposta a les demandes o aclariments que puguin sorgir en la conversa a les xarxes socials.
- Interacció amb la comunitat a través de les xarxes socials
- Realització de campanyes publicitàries de promoció (previsió de 2 anuals) a les xarxes socials.
- Instagram
 - o Elaboració i execució de 10 publicacions mensuals a la galeria de mitjana, que poden ser distribuïts al llarg de l'any
 - o Elaboració i execució de 20 stories mensuals, que poden ser distribuïts al llarg de l'any (sense incloure la compartició de continguts d'stories o posts d'altres perfils)
 - o Subtitulació de vídeos explicatius per millorar la comunicació i fer-la més inclusiva. Els textos aniran a la part inferior de la imatge amb el màxim contrast de color amb el fons. Mida de lletra gran i llegible. Mantenir la mateixa coherència gràfica a totes les publicacions amb subtitulació
- Tik Tok
 - o Elaboració i execució de 3 publicacions mensuals de mitjana, que poden ser distribuïts al llarg de l'any
- Facebook
 - o Publicar i compartir les programacions de les activitats que es publiquen a Instagram
- Xarxa X
 - o Publicar i compartir les programacions de les activitats que es publiquen a Instagram



- Elaboració d'informes d'impacte i de valoració de resultats de forma qualitativa, amb possibles millores, a entregar la última setmana de l'any.

Redacció i creació dels continguts que es relacionen a continuació:

- Redacció d'un butlletí digital i/o edició de difusió cultural en paper (dos idiomes) amb una freqüència mensual i, en el cas del digital, el seu corresponent enviament. L'edició cultural mensual en paper pot no ser igual que el digital. Cada mes serà en un format, o digital o en paper, segons s'estableixi des de Promoció cultural i acció transversal. La informació base a partir de la que es redacten els butlletins serà proporcionada per les persones responsables del servei. En el cas del digital, el contractista treballarà directament a la plataforma d'enviament de butlletins tenint accés, gestió i control acompanyada de la persona responsable del servei.
- Maquetació de dos tríptics informatius anuals:
 - o Promoció cultural
 - o Acció transversal
- Dissenys i adaptacions de les imatges i continguts de difusió dels serveis i accions per a diferents formats informàtics.

Cobertures

- Seguiment i cobertura presencial de 2 accions mensuals de Promoció cultural, de mitjana, que podran ser distribuïdes de forma diferent al llarg de l'any en funció de les necessitats del servei. Aquestes cobertures es realitzen en horaris diversos, que són variables, i en espais també variables a la mateixa ciutat de Tarragona i per tant, cal el desplaçament a aquests espais. Aquestes seran prèviament pactades amb la persona responsable del lot.

Per cobertura d'actes s'entén el seguiment d'actes de diferents tipologies (inauguració, exposició, presentació, roda de premsa, activitat, acció, explicació del servei cultural,...). Aquesta cobertura es pot concretar en diferents accions (desenvolupar un fil a X, publicació de post o d'Stories a Instagram, enregistrament de fotografies, vídeos horitzontals o reels per a la posterior difusió a xarxes o web,...). Aquestes cobertures es demanaran amb la màxima antelació possible, sempre amb un mínim de tres dies naturals d'antelació. Excepcionalment però, poden sorgir imprevistos en què s'hagi de fer la cobertura sense la possibilitat d'aquesta antelació.

- El mateix tipus de cobertura es realitza per a les taules participatives de seguiment del Pla estratègic, com a accions transversals, que són entre 5 i 8 taules participatives distribuïdes al llarg de l'any.



- I la mateixa cobertura per a les sessions formatives, que seran entre 4 i 6 anuals, també distribuïdes al llarg de l'any
- Cobertura audiovisual de les jornades de debat i reflexió, que són 6 distribuïdes al llarg de l'any i que requereixen:
 - o Interlocució i coordinació amb personal de l'Ajuntament i/o amb qui s'escaigui per a la captació d'informació i dels recursos necessaris per a realitzar la cobertura.
 - o Elaboració d'un guió previ de les peces audiovisuals que es preveuen editar i publicar a xarxes de cada taula.
 - o Cobertura de la jornada de debat que s'escaigui, segons calendari.
 - o Elaboració d'una peça audiovisual de resum de cada jornada, editada a posteriori.
 - o Seguiment i cobertura a les xarxes socials
 - o Cobertura in situ per dues persones (tècnic audiovisual i de comunicació).
- Al final de les accions de les jornades, formacions i les taules participatives, s'haurà lliurar un vídeo resum compost a partir de les gravacions que s'hagin fet, lliurat com a màxim cinc dies després d'haver acabat l'acció, a mode de memòria audiovisual muntada. En format TIFF i JPG si són fotografies, i en format MOV i MP4 per als vídeos. Si és requereix, s'incorporaran a les imatges en seguit de metadades a les imatges per a la correcta classificació del material al banc d'imatges municipal.

Realització d'un vídeo mensual resum del gimnàs escènic, per incloure a la farmaciola cultural, o bé una activitats similar de promoció cultural.

Realització de dos vídeos diferents (un de 3 minuts i un de 5 minuts) elaborats com a memòria gràfica i com a material promocional, anuals, amb imatges que poden ser facilitades també per l'organització. La temàtica i el serveis es definiran anualment.

- Comunicació exterior:
 - o Disseny i maquetació de tòtems d'entre 3 i 4 cares (quatre propostes anuals: dos per al Pla estratègic i dos per a la caps de música).
 - o Disseny i maquetació d'infografies (quatre propostes anuals)
 - o Disseny de pancartes o d'altre material corporatiu exterior similar (6 propostes anuals)

Les mides seran proporcionades per la persona referent de Promoció i acció transversal



- **Bloc B: Serveis generals**

- **Descripció de les tasques generals dels serveis inclosos en els lots**

Aquest servei està pensat per donar una resposta completa a la gestió de les xarxes socials corporatives de l'Ajuntament de Tarragona, tenint en compte les seves necessitats específiques i que es corresponen als diferents lots del contracte:

Lot 7: Gestió de les xarxes socials institucionals de l'Ajuntament de Tarragona.

Lot 8: Producció de continguts audiovisuals de Comunicació Institucional

Lot 9: Escolta activa i monitorització de les xarxes socials i atenció a l'usuari a través de l'Epp.

- **Lot 7: gestió de les xarxes socials institucionals de l'Ajuntament de Tarragona**

- **Objecte del contracte**

Servei de gestió de les xarxes socials institucionals de l'Ajuntament de Tarragona

Descripció de les tasques concretes del lot

- Coordinació de l'equip, fent d'enllaç amb el responsable del contracte.

Facebook

Gestió del perfil institucional facebook.com/tarragona.cat, que inclou:

- Actualitzar diàriament la pàgina amb una mitjana de 2 publicacions al dia —inclosos el cap de setmana— que podran ser programades. Aquestes publicacions poden ser:
 - o Continguts referents als valors permanents de la ciutat.
 - o Àlbums fotogràfics amb imatges atractives facilitades pel responsable del contracte per a la difusió als mitjans de comunicació i a les xarxes socials municipals.
 - o Comparticions de publicacions de pàgines municipals o d'altres pàgines rellevants.
 - o Difusió dels continguts del blog de l'Ajuntament de Tarragona.
 - o Creació d'esdeveniments d'actes significatius.
 - o Continguts d'actualitat municipal.
- Interaccions, si escau, amb altres pàgines municipals o altres pàgines rellevants.



- Crear seccions fixes i nous continguts a partir d'accions ideades expressament per a aquest entorn.
- Gestionar sortejos i promocions relatius a espectacles i altres tipus d'activitats. Els premis els facilitarà el responsable del contracte.

Blog

- Redacció d'un article a la setmana per al blog de l'Ajuntament de Tarragona (tgnblog.tarragona.cat). Els articles tindran una extensió aproximada d'entre 3.000 i 4.500 caràcters amb espais, tot i que la seva longitud definitiva s'ajustarà a les necessitats de cada encàrrec. L'article s'haurà de deixar introduït al gestor de continguts del blog correctament editat. Abans de la seva publicació l'article serà revisat per Comunicació Institucional.
- Les imatges que caldrà publicar-hi per il·lustrar l'article seran aportades pel responsable del contracte; cal tenir en compte, però, que en cas que no es disposi de material audiovisual, haurà de ser aportat per l'adjudicatari.
- També caldrà fer el manteniment del blog moderant i responent les interpel·lacions que es rebin, proposant millores en menús, ordenació de la portada, etiquetes, etc.

X

- Gestionar les publicacions (5/dia, de mitjana) del perfil institucional @TGNAjuntament. Aquestes publicacions poden ser:
 - o Continguts referents a l'actualitat municipal de la jornada.
 - o Difusió de programacions i activitats organitzades per l'Ajuntament.
 - o Publicacions digitals en el marc de campanyes globals d'un producte o un servei municipal.
 - o Qualsevol aspecte relacionat amb la difusió de la informació de servei públic per al benefici de la ciutadania.
 - o Avisos de darrera hora (previsions meteorològiques adverses; risc químic, etc.).
 - o Informació de servei en cas d'emergències.
 - o Avançar aspectes d'actualitat i exclusius de l'actualitat municipal que posicionin les xarxes i les distingeixin.
 - o Retransmissions en directe de rodes de premsa, actes o esdeveniments d'especial importància.
 - o Continguts —ideats o compartits— que difonguin un punt de vista desconegut dels principals esdeveniments.
- Per la seva naturalesa, part dels continguts s'han d'elaborar cada dia i piular en directe, mentre que d'altres piulades es poden programar i deixar preparades.



- Caldrà adaptar cada contingut al seu format més apropiat (fil, piulada amb diferents fotografies, tuit amb cita, etc.), tot buscant sempre la fórmula òptima per intentar ser els més didàctics possibles i aspirar assolir l'audiència més àmplia.

Instagram

Gestió de les publicacions del perfil institucional @tarragona_cat,.

- La distribució mitjana diària seria de sis publicacions al dia, entre les diferents tipologies: post al feed, reel, stories.
- Les imatges a difondre poden ser aportades pel responsable del contracte. Tanmateix, s'ha de preveure que prop d'un 40 % de les publicacions a la galeria i Reels han de ser proporcionades per l'adjudicatari. Les fotografies i vídeos aportats per la persona o empresa adjudicatària han de garantir una bona qualitat i coherència.
- Han de prioritzar l'impacte visual dels continguts, tot aprofitant i potenciant les funcionalitats actuals i futures d'aquesta xarxa social.
- La recompartició a Stories les publicacions més rellevants d'entitats, persones, empreses, etc., que generin activitats i projectes.
- La celebració de concursos o sortejos. Si es considera oportú per la tipologia de concurs o pel volum de concursants, la persona o empresa adjudicatària haurà d'utilitzar eines externes per garantir les condicions esmentades. Els premis seran aportats pel responsable del contracte.

Linkedin

Aquesta xarxa social s'utilitza no com a motor de publicació d'ofertes de feina, sinó com a canal de comunicació de l'Ajuntament des d'un punt de vista de posicionament corporatiu. Es preveu:

- Una publicació diària a Linkedin sobre un tema rellevant de l'àmbit de marca ciutat.
- En casos excepcionals es podran fer dues publicacions diàries.
- Les publicacions les determinarà el responsable del contracte, qui facilitarà també els recursos (missatge, suport gràfic, enllaços, etc.) amb els quals fer la publicació.

Tik Tok

La gestió d'aquesta xarxa social inclou:

- La publicació de continguts audiovisuals adaptats a aquest canal en una mitjana de quatre publicacions setmanals.



- En algunes ocasions es demanarà la producció del contingut a l'empresa adjudicatària. Però en d'altres serà facilitada per la responsable del contracte. Cal preveure una previsió d'elaboració del 40% del contingut.
- Caldrà un seguiment actiu d'aquesta xarxa social, les seves tendències i publicacions virals per tal d'aprofitar les dinàmiques de l'audiència.
- Reforç de l'estratègia de consecució de seguidors.

Cobertures

La persona o empresa adjudicatària del servei efectuarà un màxim de deu cobertures cada mes a rodes de premsa, presentacions, actes oficials, celebracions culturals o esportives o, en definitiva, qualsevol esdeveniment —no necessàriament d'organització municipal— que es consideri rellevant:

- Cada cobertura es pot concretar amb un seguit de publicacions a concretar en cada cas: elaboració d'un fil en directe a X, publicació d'un seguit d'Stories a Instagram, elaboració d'un àlbum fotogràfic per a Facebook, etc. Cal tenir en compte que, segons la tipologia de l'acte, es pot demanar que una mateixa cobertura es concreti en publicacions en diferents xarxes en un poc espai de temps, sempre tenint en compte les característiques de l'esdeveniment i les especificitats de cada xarxa.
- Aquestes cobertures s'han de comptabilitzar a banda dels requeriments mínims especificats per a cada xarxa social, si bé es tindran en compte en el nombre de publicacions global.
- Cal tenir especialment present que les cobertures poden realitzar-se en tardes, vespres o caps de setmana.
- Les cobertures s'anunciaran amb la màxima antelació possible i sempre amb un mínim de 48 hores d'antelació, excepte en els casos d'urgència o sobrevinguts.

Informes

La persona o empresa adjudicatària lliurarà abans del dia 10 de cada mes un informe de balanç del mes anterior:

- Inclourà els resultats de gestió de les xarxes gestionades. El detall dels objectius i indicadors s'especificarà a l'inici del contracte, però cal tenir present que ha d'incloure, com a mínim:
 - o Un resum de les dades mensuals més rellevants per a cada xarxa.
 - o El detall amb les dades rellevants de rendiment de les publicacions del mes a cada xarxa (pot ser un annex en format Excel o similar amb les dades proporcionades per cada xarxa; en qualsevol cas ha de quedar ben clar de quina publicació es tracta i les dades més rellevants en cada cas: abast, visualitzacions, clics, etc.).



- Per últim, també s'inclourà un apartat de valoració subjectiva del mes, amb proposta d'accions de millora, si escau.

A banda d'aquest informe mensual, s'haurà d'elaborar i presentar informes puntuals per avaluar campanyes concretes (màxim, 1 informe al mes).

Assessorament

L'empresa adjudicatària haurà de proporcionar un servei d'assessorament sobre les xarxes socials objecte de la present licitació. El servei, la dedicació al qual està valorat en una hora setmanal, pot incloure:

- Resolució de dubtes sobre funcionalitats tècniques de les xarxes.
- Informació de novetats en les diferents xarxes (noves funcionalitats, tipus de publicacions, etc.) i propostes d'aplicació de les mateixes, si escau.
- Compartició de bones pràctiques aplicables en les publicacions 2.0 de l'Ajuntament de Tarragona.



- **Lot 8: Producció de continguts audiovisuals de comunicació institucional**

- **Objecte del contracte**

Servei de continguts audiovisuals per a la difusió als mitjans de comunicació i a les xarxes socials municipals.

Per tal d'aconseguir una bona difusió de les iniciatives promogudes per l'Ajuntament de Tarragona i de les activitats que tenen lloc a la ciutat, l'Ajuntament necessita contractar un servei de producció de continguts audiovisuals per elaborar fotografies i vídeos per il·lustrar els serveis que ofereix la ciutat de Tarragona, els projectes que tira endavant el consistori i el seu teixit associatiu i empresarial, així com els béns i característiques generals del municipi.

Aquest material audiovisual tindrà, fonamentalment, les següents vies de sortida:

- Il·lustrar les notes de premsa i els comunicats generats pel departament de Comunicació Institucional. Aquest material, generalment reportatges fotogràfics de les rodes de premsa i actes protocol·laris més rellevants, s'enviarà als mitjans de comunicació amb l'objectiu que l'utilitzin en les seves publicacions.
- Il·lustrar els continguts preparats per al portal www.tarragona.cat i les xarxes socials municipals. Aquest material, tant fotografies com vídeos breus, poden testimoniar les activitats municipals i ciutadanes, posant en valor de la feina diària i el reconeixement al teixit social i empresarial de la ciutat.
- Edició d'infografies, tutorials i altres necessitats de continguts audiovisual que puguin sorgir en el desenvolupament del servei.
- Publicació al Youtube de l'Ajuntament del material produït i gestió d'aquest canal social d'àmbit audiovisual.

Més enllà de la difusió dels continguts audiovisuals, el prestador del servei caldrà que tingui presents les següents característiques generals:

- Caldrà que el proveïdor designi una persona com a interlocutor habitual amb l'Ajuntament de Tarragona. Aquesta persona interlocutarà directament amb el responsable del contracte, amb qui mantindrà una reunió telemàtica setmanal per planificar els temes, a banda del contacte diari per concretar les qüestions quotidianes.
- Tot el material proporcionat passarà a formar part de l'arxiu d'imatges de l'Ajuntament de Tarragona i pot acabar sent utilitzat pels canals municipals digitals i no digitals, de manera que l'execució del servei suposa la cessió total de drets perquè l'Ajuntament pugui utilitzar les fotografies i vídeos en qualsevol de les seves plataformes i mitjans. Així mateix, l'Ajuntament també podrà cedir el material a entitats, institucions i empreses col·laboradores que les demanin.
- L'horari s'adaptarà a les necessitats del servei. Si bé les rodes de premsa tenen lloc habitualment els dies laborables al matí, és habitual que alguns actes públics tinguin lloc



a la tarda o al vespre, mentre que els actes festius poden tenir lloc de dilluns a diumenge en un horari ampli.

Descripció de les tasques concretes del lot:

Les tasques es divideixen en dos tipus de publicacions, depenent de la seva via de sortida:

1. Cobertures de rodes de premsa

Fotografies de les rodes de premsa i actes protocol·laris municipals més rellevants: 15 cobertures mensuals. La durada mitjana d'aquests actes és d'uns 45 minuts, tenint en compte que excepcionalment algun acte pot durar més d'una hora.

En aquests casos es demana que les imatges principalment testimoniiïn la presència de l'alcalde o dels diferents regidors en els actes, sense oblidar la relació amb l'entorn i les altres persones, entitats o col·lectius presents a l'acte. Es demana que les imatges defugin els enquadraments habituals d'aquest tipus d'actes, amb la intervenció expressa del fotògraf, si escau, per concebre la composició abans de l'acte i preparar-ne l'execució in situ.

S'hauran de lliurar al departament de Comunicació Institucional una primera selecció dels treballs fotogràfics 30 minuts després de la finalització de la convocatòria de premsa, atenció als mitjans o acte institucional, ja que és prioritari enviar les imatges el més aviat possible.

Pel que fa al temps d'avís dels encàrrecs, s'intentarà sempre planificar els reportatges amb 48 hores d'antelació. Malgrat això, les característiques del servei, molt vinculat a l'actualitat, fan que esporàdicament pugui sorgir una urgència o un tema sobrevingut. En aquest sentit, haurà d'atendre la petició en menys de 50 minuts des del moment en què un tècnic municipal contacti amb la persona licitadora per realitzar el treball fotogràfic.

2. Reportatges per a Comunicació Digital

Aquest paquet es divideix, al seu torn, en tres tipus d'encàrrecs:

- Reportatges fotogràfics sobre projectes municipals, els personatges i entitats rellevants de la ciutat, els seus espais i equipaments i les característiques generals de la ciutat.
- Vídeos, verticals o horitzontals, sobre temes d'actualitat municipal però amb aprofundiment o un to diferent a l'estrictament informatiu. Aquests vídeos poden haver d'incorporar elements gràfics (logotips, cairons, subtítols, etc.), així com complir amb la imatge corporativa municipal. Cal tenir en compte que els vídeos no necessàriament han de ser homogenis: un pot ser concebut com un Reel per publicar a Instagram, mentre que un altre pot ser pensat amb un to corporatiu per youtube.
- *Motion graphics*. S'entenen com a *motion graphics* animacions breus, d'uns 45 segons de durada de mitjana, amb diferents objectius: presentar un servei municipal, explicar de manera didàctica els punts més destacats d'una notícia, funcionar com un senzill tutorial, presentar de manera més atractiva un cartell, etc. Aquestes animacions poden



haver d'elaborar-se partint d'un cartell o de la imatge específica d'un programa o d'un servei o bé poden haver d'elaborar-se des de zero, amb una creativitat pròpia.

Es demanaran 10 reportatges al mes.

Els encàrrecs es faran, com a mínim, amb una antelació de 48 hores.

Malgrat que la gran majoria de serveis els pots desenvolupar un únic professional, l'empresa proveïdora ha de tenir capacitat per assumir dos serveis de forma simultània, ja sigui perquè es demanen dos reportatges fotogràfics en indrets diferents al mateix temps o bé perquè es demana que un mateix acte sigui cobert mitjançant un reportatge fotogràfic i l'enregistrament d'un vídeo.



- **Lot 9: Escolta activa i monitoratge de les xarxes socials i atenció a l'usuari a través de l'EPP**

- **Objecte del contracte**

Servei d'escolta activa i monitoratge de les xarxes socials i d'atenció a l'usuari a través de l'EPP

Descripció de les tasques concretes del lot

- Coordinació de l'equip, fent d'enllaç amb el responsable del contracte.

A les xarxes socials

- La persona o empresa adjudicatària haurà de monitoritzar totes les mencions, comentaris i missatges privats rebuts a les xarxes socials institucionals, aproximadament uns 3.000 al mes, per tal valorar, classificar, i traslladar al responsable del contracte per valorar si cal donar resposta i en quin sentit.
- La persona o empresa adjudicatària haurà de fer una revisió diària i traslladar al responsable del contracte els comentaris pertinents. El responsable del contracte serà l'encarregat de traslladar internament aquesta informació i prendre'n les mesures que se'n derivin.
- En aquest procés de monitoratge, en cas de detectar un missatge referent a una emergència o que requereixi una valoració urgent per part de l'Ajuntament, caldrà avisar el més aviat possible. L'empresa adjudicatària ha d'identificar les potencials urgències, com a mínim cada tres hores.
- En episodis de viralització que puguin afectar la reputació digital de l'Ajuntament de Tarragona, el responsable del contracte podrà sol·licitar un informe específic de monitorització sobre el tema en concret.

A la plataforma Epp!

- Caldrà respondre els comentaris dels usuaris fets dins de l'aplicació d'avisos i alertes Epp!. A través d'aquesta aplicació mòbil (i de la seva versió web), arriben una mitjana de 1800 comentaris anuals d'usuaris que cal valorar, classificar i respondre via correu electrònic o dins la mateixa plataforma, d'acord amb la direcció tècnica de l'Ajuntament.
- Quan les respostes no puguin donar-se mitjançant els missatges automàtics previstos dins de la plataforma, caldrà fer una redacció personalitzada del missatge per a l'usuari segons les indicacions donades per l'equip tècnic gestor de l'Epp! i en coordinació amb el responsable del contracte.

Altres tasques



- Elaborar informes mensuals dels resultats de la gestió de les queixes, comentaris i consultes rebudes amb les dades estadístiques, la interpretació i les propostes de millora que se n'extreguin per millorar el servei. Aquest informe mensual haurà de contenir, com a mínim:
 - o Els resultats de la gestió de les queixes, comentaris i consultes rebudes
 - o Resum temàtic dels comentaris pertinents.
 - o Valoració subjectiva de la persona o empresa adjudicatària del desenvolupament del servei durant el mes.



- **Bloc C: Patronat Municipal de Turisme**
- **Descripció de les tasques generals dels serveis inclosos en els lots**
-
- **Lot 10: servei de Comunicació i màrqueting en social media**
- **Antecedents**

Com a destinació turística, la ciutat de Tarragona, a través del seu Patronat Municipal de Turisme de Tarragona (PMTT en endavant), desenvolupa un programa de promoció de la destinació que inclou la creació de productes turístics, la presència a fires, l'edició de materials promocionals i informatius, la realització d'esdeveniments de presentació davant de mitjans de comunicació, l'organització de viatges de familiarització o la difusió a través de les xarxes socials.

Aquesta acció promocional ha contribuït a convertir Tarragona en una destinació turística a l'alça, amb un augment sostingut del nombre de visitants. Una tendència positiva que marca la necessitat de continuar amb una línia de promoció i comunicació que assegurí mantenir i millorar aquests resultats.

Per aconseguir-ho, la comunicació i màrqueting en social media és imprescindible en un món cada cop més connectat. Els experts en turisme, a més, destaquen el paper de les xarxes socials com a eina prescriptora de viatges i part essencial en la presa de decisions dels viatges i en l'estratègia de comunicació i promoció de la gestió de les destinacions turístiques.

Aquesta presència, a més a més, ha de ser multicanal per arribar a diferents tipus de públic i diferenciada per cada tipus de canal per difondre el missatge de la manera més adequada a les característiques de cadascun d'ells. Una cuidada estratègia i gestió de la comunicació i màrqueting en social media és doncs, imprescindible en l'estratègia de promoció turística de Tarragona.

Per tots aquests motius, es requereix l'externalització del servei de comunicació i màrqueting en social media que garanteixi i optimitzi la presència continuada i diversificada a tots els canals on és present el PMTT. D'acord amb el que es disposa a l'art. 28 i el 116 de la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de Contractes del Sector Públic.

Tanmateix s'informa, que el PMTT no disposa dels mitjans, ni de l'estructura necessària per a la realització d'aquests serveis i que es consideren necessaris i convenients per tal d'aconseguir els objectius pels quals es va crear el PMTT.

- **Objecte del contracte**

Aquest contracte té per objecte la realització dels següents serveis:



- Branding, estratègia i reputació digital de Tarragona Turisme.
- Gestió de la comunicació social de l'atenció al visitant, client i/o usuari.
- Promoció social de l'oferta turística de Tarragona (recursos, experiències i productes).
- Augmentar la interacció amb les publicacions socials.
- Canalitzar el tràfic social cap a la xarxa de webs del PMTT.
- Crear, gestionar, incrementar i fidelitzar la massa social de la comunitat de seguidors de Tarragona Turisme.

- **Descripció de les tasques**

La persona o empresa adjudicatària haurà de redactar un Pla Social Media a consensuar amb el PMTT que reculli l'estratègia de continguts a seguir, així com propostes de campanyes promocionals i les variables d'anàlisi i monitoratge per a la correcta execució i optimització de l'estratègia en tots els canals. La definició de l'estratègia de continguts ha de servir com a full de ruta per oferir una imatge emesa adequada de la destinació.

La persona o empresa adjudicatària haurà de realitzar les funcions que es descriuen a continuació, seguint les directrius marcades pel PMTT per a l'execució, seguiment i mesura (KPI's) de la planificació estratègica en comunicació social turística.

Haurà de prestar el seu servei d'acord amb la direcció i la supervisió de la presidència i/o gerència i dels tècnics responsables en matèria de comunicació i màrqueting del PMTT.

Facebook @TarragonaTurisme

Gestió diària de la pàgina amb històries i publicacions en català, castellà, anglès i francès.

Seguiment presencial d'esdeveniments especials.

Resposta diària a consultes i comentaris, si escau en la major brevetat possible.

- Entre 3 i 4 publicacions pròpies setmanals (ajustable en funció dels algorismes de Facebook); publicacions externes per compartir, totes les que siguin d'interès.
- Publicació mensual de l'agenda que inclogui fins a deu esdeveniments rellevants. Paral·lelament, es faran publicacions de reforç per a aquelles activitats organitzades directament per Tarragona Turisme o per tercers que s'estimin adients. Es valorarà la continuïtat de l'agenda o crear seccions similars a aquesta.
- Mínim 3 publicacions setmanals amb fotografies d'alta qualitat (sempre que sigui possible, es compartiran fins a 4 fotografies en una mateixa publicació).
- Mínim 1 reel inspiracional o d'agenda a la setmana.



- Creació de reels promocionals previs als esdeveniments estratègics i reels resum dels mateixos esdeveniments, quan sigui necessari.
- Coordinació/col·laboració amb altres xarxes municipals o externes per a accions conjuntes.

Instagram @TarragonaTurisme

Gestió diària de la pàgina amb històries i publicacions en català, castellà, anglès i francès.

Seguiment presencial d'esdeveniments especials.

Resposta diària a consultes i comentaris, si escau en la major brevetat possible.

- Entre 3 i 4 publicacions pròpies setmanals (ajustable en funció dels algoritmes d'Instagram); publicacions externes per compartir, totes les que siguin d'interès.
- Publicació mensual de l'agenda que inclogui fins a deu esdeveniments rellevants. Paral·lelament, es faran publicacions de reforç per a aquelles activitats organitzades directament per Tarragona Turisme o per tercers que s'estimin adients. Es valorarà la continuïtat de l'agenda o crear seccions similars a aquesta.
- Mínim 3 publicacions setmanals amb fotografies d'alta qualitat (sempre que sigui possible, es compartiran fins a 4 fotografies en una mateixa publicació).
- Mínim 1 reel inspiracional o d'agenda a la setmana.
- Creació de reels promocionals previs als esdeveniments estratègics i reels resum dels mateixos esdeveniments, quan sigui necessari.
- Recompartir a stories les publicacions més rellevants d'entitats, institucions i persones que generin activitats i projectes.
- Manteniment i actualització del linktree amb un mapa d'enllaços cap al web tarragonaturisme.cat
- Coordinació/col·laboració amb altres xarxes municipals o externes per dur a terme, si escau, accions conjuntes.
- Col·laboracions amb influencers o creadors de contingut vinculats als àmbits del viatge, la cultura o el patrimoni, que puguin aportar autenticitat, visibilitat i capacitat de prescripció.

Instagram professional @tarragonaturismeprofessional

L'objectiu d'aquest perfil institucional i tècnic és aportar més visibilitat a les accions del PMTT davant del sector privat, especialment actiu en aquesta xarxa.

- Gestió diària de la pàgina amb històries i publicacions institucionals i tècniques en català, castellà, anglès i francès.



- Per a la gran part de les publicacions al feed, es faran creativitats amb títols segons la temàtica en qüestió.
- Resposta diària a consultes i comentaris, si escau en la major brevetat possible.
- Puntualment, seguiment presencial i cobertura en directe de les rodes de premsa, presentacions i actes d'especial interès.
- Manteniment i actualització del linktree amb un mapa d'enllaços cap al web tarragonaturisme.cat.
- Totes les publicacions del feed es compartiran també a les històries, amb els corresponents enllaços al web o a les notes de premsa.
- Molts dels continguts a Instagram professional es compartiran al perfil principal del PMTT.
- Coordinació/col·laboració amb altres xarxes municipals o externes per dur a terme, si escau, accions conjuntes

Tik Tok @tarragonaturisme

- Publicar els reels, principalment inspiracionals, generats a Instagram i Facebook. Crear contingut específic per a TikTok per reforçar la presència del PMTT en aquest canal i connectar de manera més efectiva amb públics més joves. Aquesta línia s'haurà de desenvolupar a través de dues vies complementàries:
 - Col·laboracions amb influencers o creadors de contingut vinculats als àmbits del viatge, la cultura o el patrimoni, que puguin aportar autenticitat, visibilitat i capacitat de prescripció.
 - Producció pròpia de vídeos amb presència humana (veus en off, recomanacions, entrevistes) per generar una comunicació més propera, emocional i participativa, alineada amb l'estil narratiu de la plataforma i amb el públic més jove..
- Monitorització de les tendències en cada moment i proposar publicacions que aprofitin les oportunitats detectades.
- Planificació i consecució de seguidors del perfil.
- Coordinació/col·laboració amb altres xarxes municipals o externes per dur a terme, si escau, accions conjuntes

LinKedIn i X

- Aquestes xarxes socials tindran un paper secundari.
- Comunicacions institucionals i tècniques vinculades a Tarragona Turisme publicades a Instagram Professional i repulades o comparticions d'altres perfils com ara l'ajuntament de Tarragona.



- Gestió d'ambdues pàgines bilingües català/castellà.
- Gestió de consultes i comentaris en les XXSS i, si escau, resposta en la major brevetat possible.

Youtube @TarragonaTurisme

- Manteniment del canal, en català, castellà, anglès i francès amb la publicació periòdica de vídeos proporcionats pel PMTT.
- En el cas de vídeos locutats: transcriure a YouTube les locucions minutades segons idioma per millorar i fer una comunicació inclusiva.
- Publicació a YouTube shorts de vídeos proporcionats pel PMTT així com dels reels editats per l'empresa adjudicatària que es publiquin a Instagram i Facebook.
- Optimització del posicionament orgànic dels vídeos a Youtube.
- Coordinació/col·laboració amb altres xarxes municipals o externes per dur a terme, si es-cau, accions conjuntes

Planificació i execució de campanyes publicitàries digitals

- Gestió d'un pressupost de 1.500 € + IVA anuals per a campanyes publicitàries a les diferents xarxes socials, d'acord al Pla Social Media i les necessitats del PMTT. La contractació i gestió anirà a càrrec de l'empresa adjudicatària del servei.
- Proposta, planificació, creació i execució d'una estratègia publicitària digital. Gestió i monitorització de les campanyes.
- Informe de resultats de les campanyes digitals gestionades.

Fotografia, disseny i vídeo per distribuir a les diferents xarxes socials dalt relacionades

Per a les publicacions, s'utilitzaran les fotografies, els dissenys gràfics i els enregistraments de vídeos realitzats per l'empresa adjudicatària, materials que aniran a formar part de l'arxiu media del PMTT. L'objectiu és promocionar la destinació amb contingut nou original al mes:

- Fotografies d'alta qualitat fetes per un fotògraf professional.
- Reels d'alta qualitat realitzats per un videògraf.

Monitorització i retorn

- Elaboració d'informes trimestrals de seguiment i monitorització de l'evolució de les diferents xarxes socials del PMTT, a lliurar abans del dia 10 del mes següent. Incloure en aquests informes una gràfica datada del nombre total de posts segons xarxa social. Els informes integraran totes les dades mensuals (número de seguidors, número de publicacions, abast total, nombre d'interaccions, taxa d'interacció, etc. així com una



selecció dels indicadors més rellevants de cadascuna de les publicacions a Facebook, a les galeries d'Instagram, stories, reels, etc.), es compararà l'evolució percentual respecte als mateixos períodes de l'any anterior i s'oferirà una anàlisi global del desenvolupament de l'estratègia. Tanmateix, aportarà de manera desglossada les publicacions promocionades i els imports destinats. Si bé l'elaboració d'informes serà trimestral, el PMTT podrà demanar dades en qualsevol moment.

- Propostes de millora en base als resultats.
- Al finalitzar el contracte, elaboració d'una memòria del servei realitzat.
- Reunions periòdiques amb la presidència i/o gerència i els tècnics responsables de comunicació i màrqueting del PMTT per fer les avaluacions corresponents.

- **Lloc i disponibilitat de prestació del servei**

- La feina es desenvoluparà en l'àmbit privat de la persona o empresa adjudicatària del servei, en un horari establert en les planificacions periòdiques previstes entre empresa licitadora i PMTT.
- La persona o empresa adjudicatària del servei ha de garantir disponibilitat horària per atendre la planificació de les necessitats del servei previstes en la planificació establerta. En tot cas, es preveu que el servei objecte d'aquest contracte signifiqui una jornada mitjana de 2 hores al dia.
- La persona o empresa adjudicatària haurà de preveure la dotació del servei amb recursos propis durant els períodes de descans, amb l'objectiu que el servei no quedi desatès en cap moment de l'any.

Traducció

- Els idiomes principals a utilitzar seran el català, el castellà, l'anglès i el francès. Per tant, la persona o empresa adjudicatària del servei haurà de garantir la revisió i traducció integral de la gramàtica i l'ortotipografia de tots els textos generats en aquests 4 idiomes, així com l'edició acurada dels continguts.

- **Característiques tècniques**

- Totes les despeses que es generin envers a l'equip humà seran a càrrec de l'adjudicatari.
- L'equip tecnològic necessari per desenvolupar les tasques (mòbil, dades, programari, ordinador, etc.) serà aportat pel prestatari del servei.
- La planificació de continguts es farà en reunions periòdiques amb la presidència i/o gerència i els tècnics del PMTT, així com s'establirà un contacte directe i permanent amb aquests.
- Les publicacions requeriran l'aprovació prèvia per part dels tècnics designats pel PMTT.



- La gestió dels canals es farà seguint els criteris establerts en els protocols d'actuació del PMTT.
- La prestació del servei estarà subjecta a la legalitat vigent en matèria de publicitat digital, de protecció de dades, de propietat intel·lectual, de protecció del dret a l'honor i a la pròpia imatge, de transparència i de govern obert.
- La persona o empresa adjudicatària no divulgarà la informació derivada de la gestió duta a terme, tret que disposi de l'autorització expressa i puntual per part de la direcció del PMTT. Tampoc podrà cedir a tercers els usuaris i contrasenyes que se li traspassin per a la bona gestió de les xarxes socials, ni tampoc fer ús personal/professional.
- Sempre s'haurà de tenir en compte el manual d'imatge corporativa i logotips del PMTT presents al web: www.tarragonaturisme.cat
- El pressupost inclourà la cessió dels continguts audiovisuals, de text o de qualsevol altre format que es generin per tal que el PMTT els pugui utilitzar posteriorment en les seves pròpies plataformes i mitjans, i que també els pugui cedir a entitats, institucions i empreses col·laboradores que les demanin quan tinguin l'objectiu de difondre aquests serveis. En aquest sentit, la persona o persones que realitzin el servei cediran al PMTT els drets d'explotació de la propietat intel·lectual dels continguts, així com els drets de propietat industrial que es puguin derivar de l'explotació, amb finalitats promocionals del PMTT. Aquests drets comprenen, en particular, el dret de reproducció total o parcial, permanent o provisional, per a qualsevol mitjà i en qualsevol forma; el dret de distribució; el dret de transformació, i el dret de comunicació pública en tot tipus de formats i suports presents i futurs, tant gràfics com audiovisuals i multimèdia, pel mitjà i canal que es considerin més convenient, incloses les plataformes online, webs corporatives i entorns 2.0. Les fotografies i vídeos que es generin cada mes es lliuraran abans del dia 10 del mes següent.
- Pel que fa a les imatges que es requereixin, es lliuraran al PMTT: les fotografies en format JPG i els vídeos en MP4 o equivalent. Les imatges i els vídeos aportats hauran de garantir una qualitat mínima: enquadrament, lluminositat, nitidesa, sentit narratiu, imatge gràfica de turisme, etc. També es requereix incorporar a les fotografies un seguit de metadades per a la correcta classificació del material al banc d'imatges de Tarragona Turisme.
- El pressupost inclourà la contractació d'una plataforma de gestió per part de l'adjudicatari, així com el pagament mensual mentre duri el contracte.
- El PMTT es reserva el dret de fer canvis funcionals/operacionals dels canals, sempre que no s'alteri l'objecte del contracte.



- Seguretat de la informació i dades personals

El desenvolupament i gestió del servei de les prestacions contingudes en aquesta contractació hauran de complir amb els paràmetres de qualitat, disponibilitat i seguretat establerts pel PMTT, la legislació vigent i les principals normes i bones pràctiques aplicables a les tecnologies de la informació i la comunicació.

El desenvolupament de les prestacions hauran de respondre, si s'escau, com a mínim als requisits i les mesures de seguretat tècniques definides a l'Esquema Nacional de Seguretat (ENS), sense perjudici de les mesures que poguessin derivar de la tipologia de servei i sensibilitat de les dades personals –atès el tractament de dades que es realitzarà amb elles– i la informació que suporti aquests sistemes. Principalment:

- Portar a terme el tractament de la informació i les dades personals únicament i exclusivament per a les finalitats relacionades directament amb el servei contractat, restant expressament prohibit utilitzar-los per a finalitats diferents.
- Garantir la confidencialitat, reserva i estricte secret professional de la informació i les dades personals a les que puguin accedir per a la prestació dels serveis, no podent ser divulgades, publicades o comunicades a tercers. Les obligacions de confidencialitat tindran una durada indefinida i es mantindran vigents en cas que finalitzi la prestació de serveis. La persona o empresa adjudicatària haurà de tenir regulat el Deure de Secret amb el seu personal recollint aquests punts.
- Es limitarà l'accés a les Xarxes Socials del PMTT a usuaris autoritzats. Els usuaris i contrasenyes lliurats per a la gestió de les Xarxes Socials hauran de ser restringits al personal mínim necessari per a la prestació del servei.
- Està prohibit divulgar o comunicar els codis d'accés (usuari i contrasenya) a les xarxes socials del PMTT a terceres persones, incloent a altre personal o responsables de la persona o empresa adjudicatària fora de les persones assignades al projecte.
- No realitzar cap descàrrega de la informació o dades personals fora de les pròpies Xarxes Socials sense autorització expressa del PMTT. Aquesta descàrrega i còpies es podran realitzar única i exclusivament per motiu de les tasques definides o lliurar-les al PMTT.
- Aplicar les mesures de seguretat que el PMTT indiqui en cada moment i en tot cas les definides per les bones pràctiques de seguretat de la informació per garantir la confidencialitat, integritat, disponibilitat i traçabilitat de la informació i les dades personals.

A la data i les persones que figuren a la signatura electrònica.



