

# **PRESCRIPCIONES TÉCNICAS CONTRATO POR PROCEDIMIENTO ABIERTO DEL SERVICIO DE GESTIÓN Y PRESENCIA EN REDES SOCIALES DEL AYUNTAMIENTO DE ZARAGOZA**

## **1.- Motivación y objeto**

Con el convencimiento de que las redes sociales facilitan la interacción de forma directa con el ciudadano y de que el rol del mismo se ha transformado pasando de ser únicamente receptor de información a un agente activo, que no sólo consume información sino que la genera y la comparte, el Ayuntamiento de Zaragoza considera indispensable su presencia en redes sociales.

Así, esta presencia debe servir para facilitar una comunicación eficaz y mejorar la relación con el ciudadano y con los medios de comunicación. Como herramientas privilegiadas para la democracia participativa, las redes deben utilizarse como canal para promover la colaboración, la participación y la transparencia, valores con los que se identifica plenamente el Ayuntamiento de Zaragoza.

Por ello, se precisa de un servicio de gestión de redes sociales que incluya:

- la propuesta, asesoramiento y mantenimiento de la presencia del Ayuntamiento en las redes sociales apropiadas,
- el planteamiento y cuidado de una estructura global de comunicación en estos canales de comunicación de toda la institución y de los servicios considerados adecuados,
- la creación, planificación y publicación de mensajes
- y el feedback con los ciudadanos.

Asimismo se requiere la elaboración de una estrategia de reputación online, posicionamiento y monitorización de la presencia del Ayuntamiento de Zaragoza en redes sociales.

Todo ello bajo la supervisión, dirección y coordinación de la Dirección de Comunicación y Prensa, responsable de la estrategia comunicativa del ayuntamiento de Zaragoza.

## 2.- Descripción detallada de los trabajos

La empresa ganadora del concurso deberá:

1. Plantear, asesorar, ejecutar y mantener la estrategia común para la presencia e interacción en redes sociales del Ayuntamiento, como institución y como organización prestador de servicios públicos, de acuerdo con la estrategia comunicativa establecida.

Esto incluye hacer mejoras y, en su caso, completar el ordenamiento lógico y profesional planteado, detallando qué perfiles del Ayuntamiento y qué redes se consideran oportunas para una presencia óptima del Consistorio en estos canales.

a. Presencia en Facebook del Ayuntamiento de Zaragoza:

- [Web Ayuntamiento Zaragoza](#)
- Zaragoza Cultura y Ocio
- [Zaragoza Turismo](#)
- Zaragoza Joven
- [Zaragoza Activa](#)
- [Cipaj Ayuntamiento de Zaragoza](#)
- Etopia
- [Fiestas del Pilar. Página Oficial](#)

b. Presencia en Twitter del Ayuntamiento de Zaragoza:

- [@Zaragoza\\_es](#)
- [@ZaragozaDeporte](#)
- [@ZaragozaCultura](#)
- [@ZaragozaTurismo](#)
- [@ZGZActiva](#)
- [@madeinzaragoza](#)
- [@ZaragozaJoven](#)
- [@zona\\_empleo](#)
- [@Cipaj](#)
- [@etopia](#)
- [@FiestasPilarOfi](#)



c. Presencia en Tuenti del Ayuntamiento de Zaragoza:

- ZaragozaJoven

d. Otros canales con presencia:

- Canal Youtube
- Pinterest
- Flickr
- Weblogs
- Otras herramientas (microformatos, RSS, GEORSS, Podcast y Lengua de signos)

En concreto, la adjudicataria deberá alimentar **seis perfiles en facebook** (Web Ayuntamiento Zaragoza, etopia, Zaragoza Cultura y Ocio, Zaragoza Turismo, Zaragoza Joven y Zaragoza Activa), coordinarse con Cipaj Ayuntamiento de Zaragoza y Fiestas del Pilar.Página Oficial -gestionados por otros agentes municipales con la supervisión de la Dirección de Comunicación y Prensa- y con otros perfiles existentes de servicios subcontratados por el Ayuntamiento como son CIEM, CIEM Delicias, WIZI, AUZSA, Tranvía Zaragoza...

Asimismo, se hará cargo de alimentar, según los criterios e indicaciones de la Dirección de Comunicación y Prensa, de **ocho perfiles en Twitter** (@Zaragoza es, @ZaragozaDeporte, @etopia, @ZaragozaCultura, @ZaragozaTurismo, @ZGZActiva, @madeinzaragoza, @ZaragozaJoven y @zona empleo), coordinarse con @Cipaj y @FiestasPilarOfi -gestionados por otros agentes municipales con la supervisión de la Dirección de Comunicación y Prensa- y con otros perfiles existentes de servicios subcontratados por el Ayuntamiento como son CIEM, CIEM Delicias, WIZI, AUZSA, Tranvía Zaragoza...

Esta gestión incluye la retransmisión en directo a través de redes sociales de actos de especial interés, previamente determinados por la Dirección de Comunicación y Prensa (a título enunciativo pero no limitativo: Plenos, Gobiernos municipales, ruedas de prensa, etc). De la misma manera, la adjudicataria deberá difundir las campañas de comunicación gráficas del Ayuntamiento y publicar los mensajes asociados a las mismas que, en su caso, se determinen y aplicar un procedimiento de respuesta a las preguntas o solicitudes de información planteadas por los usuarios, que incluya un plazo de respuesta no superior a 48 horas en coordinación con la Unidad de Gestión de la Web Municipal.



La adjudicataria se encargará también del único perfil enmarcado en la estrategia comunicativa del Ayuntamiento de Zaragoza en Tuenti: ZaragozaJoven.

Además, podrá utilizar en beneficio de los intereses comunicativos de este Ayuntamiento y previa autorización de la Dirección de Comunicación y de la Unidad de Gestión de la Web Municipal, de los otros canales y herramientas de comunicación y presencia en internet de los que se dispone.

Para ejecutar la comunicación en redes sociales, se tendrá en cuenta el Código de Estilo elaborado bajo la supervisión y coordinación de la Dirección de Comunicación y Prensa del Ayuntamiento de Zaragoza y se publicarán mensajes siempre según la estrategia comunicativa establecida que se basa en los siguientes principios:

- Se trata de un servicio de comunicación público, donde la prioridad es la atención al ciudadano y a los medios de comunicación.
- Se conversa (se escucha y responde de la forma más inmediata y clara posible)
- Se potenciará la publicación en facebook, como un canal de comunicación más cercano y visual creando eventos que puedan responder a las necesidades puntuales de los servicios municipales de presencia en redes (programas, concursos, presentaciones...)
- Las informaciones que se comparten son de utilidad para el ciudadano, reflejan la calidad de los servicios municipales y deben ser elaboradas con criterio periodístico
- No se pueden transmitir opiniones personales y/o políticas
- Se cuidará y renovará de forma periódica el diseño de los perfiles en redes con el objetivo de mantener una imagen fresca, accesible y dinámica.
- La publicación de estos mensajes y la respuesta activa al ciudadano, se realizará de forma diferenciada y atendiendo a la red en la que se está, de lunes a domingo, tanto por la mañana como por la tarde, con la posibilidad de programar la publicación de algunos mensajes.



- Se dinamizan los contenidos y servicios del ayuntamiento teniendo como principal referencia digital la sede electrónica de [www.zaragoza.es](http://www.zaragoza.es)
  - La adjudicataria deberá interactuar con los diferentes perfiles municipales en redes sociales y colaborar en la difusión de sus actividades.
2. Generar y dotar a los perfiles del Ayuntamiento de herramientas técnicas (widgets, aplicaciones...) que proporcionen un diseño atractivo, estético y visual para los usuarios.
  3. Diseñar, ejecutar y realizar el seguimiento informativo de campañas específicas para momentos o actos de especial relevancia para la ciudad (Semana Santa, Fiestas del Pilar, Navidad, etc)
  4. Realizar un seguimiento y monitorización de todo lo que se difunda en redes sociales que pudiera tener relación con el Ayuntamiento de Zaragoza. Ofrecer un servicio de alertas para cuando se estén produciendo en la red un volumen destacado de posts, comentarios, artículos o videos y podcast sobre un mismo tema.
  5. Realizar un informe inicial de situación que identifique y analice la situación actual de la presencia del Ayuntamiento en internet (reputación digital, uso actual de las redes, identificación de las redes sociales, páginas, blogs y espacios web de mayor concurrencia que puedan ser de interés para el ayuntamiento de Zaragoza, así como la detección de agentes y nudos de comunicación (blogueros e internautas) con peso en la red sobre temas de interés ...).
  6. Elaborar un Código de Estilo que dote de una personalidad propia y distintiva al Ayuntamiento de Zaragoza en redes sociales. El documento que contenga ese *Código de Estilo* se presentará previamente a la Dirección Comunicación y Prensa del Ayuntamiento de Zaragoza para su aprobación.
  7. Realizar informes bimensuales con la evolución e impacto de las acciones llevadas a cabo, así como propuestas de mejora. Dicho informe debe recoger también el asesoramiento en herramientas de medición y análisis.



8. Elaborar una *Memoria Anual de Actividad* que comprenderá, al menos, los siguientes ítems:
  - Análisis cualitativo. Donde se detallará como mínimo las características generales del usuario que hace uso del servicio y su actividad, el alcance de los distintos perfiles en redes sociales y la participación/interacciones recibidas.
  - Análisis cuantitativo, que indique los temas que han generado mayor respuesta, participación o interacción de cualquier tipo por parte de los usuarios y los asuntos más planteados por la ciudadanía en sus quejas, sugerencias, propuestas o solicitudes de información.
  - Propuesta de nuevas acciones y mejoras para implementar en el servicio.
  
9. Realizar servicios de formación, consultoría y asesoramiento

### **3.- Características del contrato**

Se licita la contratación de un servicio que se ejercerá durante un año con posibilidad de realizar dos prórrogas de seis meses cada una.

El coste máximo de licitación será de **39.669,42 euros al año -IVA no incluido-** y de 48.000 euros -IVA incluido-.

Por las características especiales de la actividad que se desarrolla, las empresas concurrentes deberán disponer de una estructura y unos medios técnicos que garanticen la **disponibilidad de los servicios a prestar de modo permanente (365 días al año 24 horas al día)**.

La **Dirección de Comunicación y Prensa del Ayuntamiento** realizará la dirección técnica del contrato y emitirá en exclusiva las órdenes oportunas.

Para la gestión de alguna actividad o servicio puntual, se permite la subcontratación de hasta un 20% del servicio total del contrato, siempre bajo la supervisión y previa aceptación de la Dirección de Comunicación y Prensa.

Se requiere de la empresa que pueda demostrar una experiencia de al menos tres años en gestión de contenidos online y de community manager en instituciones, empresas u organismos que fueran grandes generadores de información e importantes receptores de contestaciones por parte del público.



El equipo de trabajo deberá reunir como mínimo dos perfiles. Un profesional, con gran conocimiento de la ciudad de Zaragoza, licenciado en Ciencias de la Información o licenciado que haya cursado algún máster o postgrado en el ámbito de la comunicación o con experiencia laboral contrastada por un periodo mínimo de dos años en la dinamización de contenidos online, y otro relacionado con el diseño gráfico, programación y generación de aplicaciones en entornos digitales, igualmente con una experiencia laboral contrastada y acreditada. Sus funciones estarán en estrecha relación y contacto directo con la Dirección de Comunicación y Prensa del Ayuntamiento de Zaragoza.

Con carácter obligatorio, el adjudicatario deberá disponer de todos los elementos técnicos necesarios para la realización del trabajo, así como de las mejoras que se oferten.

#### **4.- Dependencia Personal**

Los trabajos se llevarán a cabo en los locales de la adjudicataria. No obstante la Dirección de Comunicación se reserva la posibilidad de que ocasionalmente determinadas tareas se desarrollen en el espacio o local que con dicho objeto determine el ayuntamiento.

Las personas que participen en la ejecución del contrato no tienen dependencia ni orgánica ni funcional de la Administración.

Las personas responsables del servicio deberán mostrar disponibilidad (online y telefónica) para ayudar a solventar posibles problemas. Asimismo, mantendrán un contacto permanente y estrecha colaboración con la Dirección de Comunicación y Prensa a la hora de desarrollar la comunicación en redes sociales. Esta colaboración comprenderá la realización de reuniones semanales y las comunicaciones vía teléfono/email con la persona de contacto que se determine.

#### **5.- Otras especificaciones**

La empresa adjudicataria definirá la metodología de trabajo que la empresa se plantea para realizar las labores encomendadas. Además, habrá de garantizar el cumplimiento de la normativa vigente en cuanto a la seguridad de datos de carácter personal según la ley orgánica 15/1999, Ley de protección de

datos de carácter personal, en la utilización y tratamiento que haga de los datos cedidos por la administración contratante.

Todos los documentos y resultados del trabajo objeto del presente contrato serán propiedad de la administración contratante.

El adjudicatario vendrá obligado a guardar la más estricta confidencialidad sobre cualquier información a la que pueda tener acceso o generar como consecuencia de la ejecución del servicio contratado o debido a ésta.

La Dirección de Comunicación designará un coordinador del proyecto que realizará el seguimiento completo de los trabajos contratados y de la calidad de los resultados obtenidos, asimismo actuará como interlocutor con el proveedor.

**I.C. de Zaragoza, a 27 de enero de 2014**



**Mercedes Gracia Aldaz**  
**Directora de Comunicación y Prensa**