

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE ELABORACIÓN Y GESTIÓN DE LA ESTRATEGIA DE REDES SOCIALES DE LA CONSEJERÍA DE UNIVERSIDAD, INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN.

Expediente: CONTR 2024 201620

Antecedentes

A la Consejería de Universidad, Investigación e Innovación (en adelante CUII), de acuerdo con lo establecido en el artículo 8 del Decreto del Presidente, 10/2022, de 25 de julio, sobre reestructuración de Consejerías, modificado por el Decreto del Presidente 13/2022, de 8 de agosto, le corresponden las competencias anteriormente adscritas a la Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades en materia de Universidad, Investigación e Innovación. Asimismo, le corresponden las competencias en materia de emprendimiento.

Dichas competencias, agrupadas en bloques, son las que a continuación se detallan:

- La gestión de las competencias que en materia de enseñanza universitaria corresponden a la Comunidad Autónoma de Andalucía en virtud de lo dispuesto en el artículo 53 del Estatuto de Autonomía para Andalucía, sin perjuicio de la autonomía universitaria y de las salvedades constitucional y legalmente previstas.
- El fomento y la coordinación de la investigación científica y técnica y la transferencia del conocimiento y la tecnología en el Sistema Andaluz del Conocimiento, estableciendo el régimen de incentivos de I+D+i para los agentes de este Sistema, su seguimiento y evaluación, con especial atención a la formación de las personas dedicadas a la investigación, los proyectos de investigación y aplicación del conocimiento, la difusión de la ciencia a la sociedad y de sus resultados al tejido productivo.
- El apoyo a la innovación tecnológica y la inversión empresarial en materia tecnológica, así como el desarrollo de la cultura emprendedora y del emprendimiento tecnológico en la Comunidad Autónoma, sin perjuicio de las competencias que correspondan en esta materia a otras Consejerías.

El sistema universitario andaluz se caracteriza por ser uno de los mayores de toda España por su peso académico, extensión y presencia territorial. La existencia de un sistema universitario bien estructurado y de calidad, resulta esencial para la formación de un capital humano altamente cualificado, así como para avanzar en la sociedad del conocimiento.

En este sentido y dentro del marco de la Estrategia Universitaria para Andalucía 2023-2027, la Consejería de Universidad, Investigación e Innovación centrará sus esfuerzos en dar visibilidad a todo el potencial de estas instituciones académicas como agentes del desarrollo territorial y social, así como incrementar su competitividad y su proyección en el ámbito internacional de la educación internacional, sobre todo en el contexto de la Unión Europea.

CARLOS MORENO RUIZ		11/06/2024 14:34:57	PÁGINA: 1 / 9
VERIFICACIÓN	NJyGwuYs1E9r8f6z6A0qR0Mu2STM7w	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Las universidades contribuyen mediante una triple función:

- La mejora de la cualificación de la población.
- La generación de nuevo conocimiento.
- La transferencia de este conocimiento a la sociedad y al tejido productivo.

La Universidad está al servicio de un estado social y democrático de derecho y para la consecución de la competitividad en una economía avanzada, esto hace de ella un instrumento primordial para el desarrollo económico y social de Andalucía.

Como institución esencial que origina y transmite el conocimiento en una sociedad, la universidad no está al margen de la evolución y el desarrollo de su entorno socioeconómico, sino que convive y se relaciona con él. En su labor formativa, la universidad contribuye a mejorar el desarrollo de los sectores económicos de la sociedad a la que pertenece y colabora en la vertebración de dicha formación en su entorno para conseguir una optimización productiva. Por tanto, la relación entre las universidades y las empresas es necesaria, además de productiva, para ambas partes ya que proporciona una retroalimentación de las funciones principales que cada una de ellas ejercen.

Por otro lado, la Universidad también tiene un papel clave como instrumento en los procesos de generación de conocimiento y su transformación en riqueza, es decir, sobre la innovación, sobre la cual se fundamenta un modelo sostenible de crecimiento económico de un país desarrollado.

En el campo de la I+D universitaria, la CUII, prestará especial atención al acompañamiento y apoyo del talento investigador, desde el inicio de su formación doctoral hasta su posterior desempeño profesional, mediante diversas líneas de incentivos para la contratación predoctoral y posdoctoral y para captar trayectorias más consolidadas y de prestigio. Se persigue potenciar la excelencia de la carrera investigadora y captar perfiles capaces de realizar aportaciones valiosas y de promover el progreso de la ciencia como sello andaluz.

Por otro lado, la ciencia y la innovación deben alcanzar una posición prioritaria en las agendas públicas. Y el primer paso para ello es el firme compromiso de dedicar un esfuerzo sostenido de fondos públicos regionales destinados al fomento de la I+D+I.

El talento científico y tecnológico constituye la base fundamental sobre la que se cimenta el sistema de I+D+I andaluz, ya que de él depende que funcione el resto de componentes del sistema. En las etapas universitarias, el esfuerzo de las acciones se centrará en la formación investigadora de personas que nutran al sistema andaluz de ciencia y tecnología de capacidades acordes a las nuevas necesidades de la sociedad y del tejido productivo.

También son clave las medidas que favorecen la captación de talento, no solo para la incorporación y retención de personas crecidas, radicadas y formadas en la Comunidad Autónoma de Andalucía sino también de personas provenientes de otras regiones, que sirvan de punto de inflexión hacia nuevas oportunidades y atraigan líneas de investigación innovadoras a la región.

Las universidades y centros de investigación serán acompañados desde la administración pública andaluza con medidas que permitan la movilidad internacional y que favorezcan la colaboración interdisciplinar. En definitiva, medidas que sirvan para la mejora de la movilidad regional, internacional, sectorial y disciplinar del personal dedicado a I+D+I.

En este sentido, Andalucía cuenta con una red de parques tecnológicos especializados que proporcionan un entorno ideal para la I+D+I y costos comerciales competitivos que combina con una calidad de vida reconocida mundialmente. Estos parques desarrollan una función central en la innovación empresarial en Andalucía, dado

CARLOS MORENO RUIZ		11/06/2024 14:34:57	PÁGINA: 2 / 9
VERIFICACIÓN	NJyGwuYs1E9r8f6z6A0qR0Mu2STM7w	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



que los mismos permiten atraer y conectar empresas tecnológicas a la región, sirviendo de cabecera del sistema de innovación.

Objeto del contrato

El presente contrato tiene por objeto la prestación de un servicio de elaboración de una estrategia y de la administración y gestión de las redes sociales, con el fin de optimizar la presencia social, mejorar el posicionamiento y aumentar la visibilidad de la Consejería de Universidad, Investigación e Innovación en dichas redes.

Se pretende también generar consistencia en la comunicación, puesto que una imagen sólida y coherente de la gestión de las competencias de la Consejería reforzará los valores y la misión compartida de las universidades, así como facilitará la promoción de la excelencia académica, la investigación y la innovación en Andalucía.

Además, se ha creado una marca única para las universidades públicas de Andalucía, que proporciona una serie de ventajas que van desde la simplificación y la mejora de la comunicación hasta el fortalecimiento de la reputación académica y de la identidad regional.

En este sentido, la estrategia comunicación de la misma sería un paso importante para consolidar el sistema de educación superior de Andalucía y promoverlo, siempre con beneficios reputacionales para Andalucía y facilitando la identificación de nuestras universidades como un elemento más de la denominada Marca Andalucía.

En definitiva, con este contrato se pretende acercar a los distintos segmentos destinatarios de la información las diferentes actuaciones que sean de interés desarrolladas desde la CUII, para que se hagan eco de la información y la trasladen a través de sus propios canales, amplificando el mensaje y alcanzando una mayor audiencia. Toda la información debe canalizarse a través de los perfiles que la CUII tiene abiertos en redes sociales y en aquellos otros en los que se valore positivamente su apertura.

Son segmentos destinatarios de la información:

- Influencers.
- Comunidad Universitaria: alumnado y profesionales.
- Sector empresarial: sector aeroespacial y procesos productivos; sector de la biotecnología; sector de la energía y medio ambiente.
- Sociedad civil.

El contrato comprende la definición, desarrollo y ejecución de una estrategia de comunicación en redes sociales orientada a la consecución de los siguientes objetivos:

- Aumentar el tráfico de su página web.
- Difundir sus contenidos.
- Aumentar su comunidades digitales.
- Posicionar la marca y reforzar la reputación de la CUII conforme a su posicionamiento, misión y valores.
- Atender a los usuarios que se comuniquen con la CUII a través de los canales sociales, conforme a las directrices y buenas prácticas que se indiquen.
- Detectar menciones o referencias a la CUII que pudieran causar daño reputacional y dar respuesta a las mismas para minimizar su repercusión.

CARLOS MORENO RUIZ		11/06/2024 14:34:57	PÁGINA: 3 / 9
VERIFICACIÓN	NJyGwuYs1E9r8f6z6A0qR0Mu2STM7w	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Descripción de las tareas a realizar

La persona contratista, al inicio de la ejecución del contrato, deberá:

- Definir la estrategia a implantar para la gestión de las redes sociales: la persona contratista, previo análisis de la situación de partida, elaborará y aportará a la Consejería de Universidad, Investigación e Innovación, un documento que defina su propuesta de estrategia de gestión de las redes sociales, incluyendo una serie de objetivos a alcanzar y los indicadores clave que se utilizarán para el seguimiento del nivel de alcance de dichos objetivos. Dicha estrategia deberá tener al menos el siguiente contenido:
 - Metodología de trabajo propuesta para la gestión del servicio.
 - Esquema organizativo para la prestación del servicio, donde se indiquen claramente las responsabilidades y roles de cada una de las partes del contrato, así como los flujos de instrucciones y reporte entre la dirección de los trabajos de la empresa, su equipo de trabajo y la persona responsable del contrato.
 - Objetivos a alcanzar con la gestión de las redes sociales.
 - Propuestas de temáticas y contenidos a publicar, así como un planteamiento para conseguir el posicionamiento de la Consejería con una buena reputación online.
 - Definición de los indicadores de rendimiento y de seguimiento de los resultados.
 - Propuesta de un protocolo de gestión de crisis reputacional, en el que se analicen posibles situaciones y acciones a implantar.

La estrategia deberá ser entregada a la persona responsable del contrato siguiendo sus indicaciones y en un plazo máximo de quince días desde la formalización del contrato.

- Redefinir y adecuar la estrategia: la estrategia se actualizarán y revisarán con una periodicidad mínima trimestral desde el inicio de la ejecución del contrato, según los resultados obtenidos y la evolución de estas y siguiendo las indicaciones y necesidades de la consejería establecidas por la persona responsable del contrato. Dicha redefinición deberá ser entregada a la persona responsable del contrato en el plazo de quince días naturales posteriores a la finalización del correspondiente trimestre.

Tanto la estrategia inicial, como sus sucesivas actualizaciones, deban ser expresamente aprobadas por la persona responsable del contrato, en el plazo de cinco días naturales.

La persona contratista realizará las siguientes tareas:

- Planificación, elaboración y publicación de contenidos para cada uno de los canales: esta tarea consiste en administrar, configurar y publicar contenidos en Facebook, Twitter, LinkedIn, Youtube, Instagram, Tik Tok, así como en cualesquier nuevo canal y herramienta de comunicación a través de Internet (aparición de nuevas redes sociales, perfiles, cuentas, etc.), realizando publicidad en los diferentes perfiles de redes sociales.

CARLOS MORENO RUIZ		11/06/2024 14:34:57	PÁGINA: 4 / 9
VERIFICACIÓN	NJyGwuYs1E9r8f6z6A0qR0Mu2STM7w	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



No obstante, deberá informarse a la persona responsable del contrato sobre nuevos formatos, tendencias del mercado, contenido novedoso y la posibilidad de estar presentes en nuevas redes sociales.

Para estas tareas, deberá generar un calendario de planificación semanal, que se presentará el primer día de la semana, en el que se recogerán todas las entradas a publicar en las distintas redes, que requerirá validación, con carácter previo, por parte de la persona responsable del contrato.

No obstante, la persona responsable del contrato podrá, en cualquier momento de la ejecución del mismo, establecer modificaciones a dicha planificación, en función de las necesidades de la Consejería.

Los contenidos y publicaciones han de ser de calidad y adaptados al público objetivo, que será establecido por la persona responsable del contrato.

Dichos contenidos serán propios, de notas de prensa y temas propios de la Consejería o compartidos de noticias y actualidad.

En la redacción de contenidos se atenderá a los siguientes principios generales:

- Brevedad. Se evitará incluir información redundante y ajena al tema central.
- Actualidad. Lo expuesto debe ser relevante para las audiencias en ese momento.
- Composición clara, concisa y directa. La capacidad de síntesis es muy importante, así como el uso de un lenguaje que, dentro de lo institucional, permita que el mensaje llegue a la ciudadanía joven evitando el lenguaje complejo y las imágenes narrativas de difícil comprensión.
- Objetividad en el mensaje. Se facilitará información objetiva, y se respetará lo dispuesto en la normativa vigente en materia de publicidad institucional.
- Buena ortografía y estilo de redacción. Se cuidará el uso del lenguaje y su correcta utilización para preservar la identidad de la institución.

Los trabajos de diseño y elaboración de contenidos en las redes sociales consistirán en lo siguiente:

- Diseño gráfico de las piezas comunicativas y publicaciones adaptadas según las especificaciones y características de cada plataforma social.
- Creación y edición de vídeos e infografías acerca de temáticas de interés. Estos vídeos podrán ser tanto de carácter institucional como videos para redes de corta duración en diversos formatos.
- La edición y adaptación de todo el contenido multimedia proporcionado por la Consejería para su difusión.
- Difusión en las redes sociales de las notas de prensa que sean necesarias relativas a la actividad de la Consejería.

CARLOS MORENO RUIZ		11/06/2024 14:34:57	PÁGINA: 5 / 9
VERIFICACIÓN	NJyGwuYs1E9r8f6z6A0qR0Mu2STM7w	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



En cuanto a la publicación de contenidos, el número de publicaciones en RRSS será el siguiente:

- Twitter: mínimo de quince mensajes/semana.
- Facebook: mínimo de quince posts/semana; Stories: mínimo de diez entradas/semana.
- Instagram Post: mínimo siete entradas/semana; Reels: mínimo de siete entradas/semana; Stories: mínimo quince entradas/semana.
- LinkedIn: mínimo de cuatro entradas/semana.
- Tik Tok: mínimo de diez entradas/semana.
- Youtube: mínimo de una entrada/semana.

En relación con los anteriores números mínimos de publicaciones semanales, no computarán como tales publicaciones los retweet y demás publicaciones compartidas.

Se entiende que la optimización de los recursos que se generen permitirá al contratista alcanzar esas cifras.

La anterior distribución podría verse alterada en función de las necesidades de la Consejería y la evolución dinámica de las RRSS, pudiendo ser necesario activar la presencia de la Consejería en otros canales, si se entendiera necesario por la persona responsable del contrato.

Todos los trabajos se harán con total adecuación a lo establecido en las siguientes leyes y manuales:

- Ley 6/2005, de 8 de abril, Reguladora de la Actividad Publicitaria de las Administraciones Públicas de Andalucía.
- Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía.
- Artículos 57 y 58 de la Ley 12/2007, de 26 de noviembre, para la promoción de la igualdad de género en Andalucía, con respecto a la utilización de un uso no sexista del lenguaje y la transmisión de una imagen de igualdad entre hombres y mujeres, libre de estereotipos sexistas.
- Dinamización y gestión de las comunidades: esta labor consiste en la actualización y seguimiento diario de las redes sociales e interacción con las personas usuarias y seguidoras de las redes.

Los contenidos deben fomentar la participación y conversación entre las personas seguidoras y se debe dar respuestas y atención a la ciudadanía, así como la resolución de dudas y viralización.

- Análisis y monitorización continua de las redes sociales, tanto para detectar posibles comienzos de crisis como para detectar y aprovechar publicaciones e interacciones, así como determinar las mejores horas de publicación en cada red social.
- Gestión de la reputación online y escucha activa: la persona contratista deberá utilizar herramientas avanzadas de escucha activa para la monitorizar las principales redes sociales y conocer las conversaciones que se producen sobre temas relacionados con la Consejería en el “social media”.
- Además, dentro de esta función, la persona contratista deberá elaborar e implantar, en caso de que fuera necesario, el protocolo de actuación para casos de crisis reputacional.
- Elaboración de informes periódicos sobre Redes Sociales: la persona contratista deberá realizar un informe con carácter mensual, que contendrá la siguiente información:

CARLOS MORENO RUIZ		11/06/2024 14:34:57	PÁGINA: 6 / 9
VERIFICACIÓN	NJyGwuYs1E9r8f6z6A0qR0Mu2STM7w	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



- En relación con los perfiles de la Consejería de Universidad, Investigación e Innovación activos en redes sociales:
 - Twitter: número de tuits, número de personas seguidoras, número de seguidos, listas creadas y suscritas, favoritos emitidos, interacciones (retuits, menciones), consultas realizadas y contestadas satisfactoriamente, comentarios negativos o positivos, análisis de los tuits y cobertura de temáticas.
 - Facebook: número de publicaciones, cobertura de temáticas, número de personas seguidoras, interacciones totales, número de likes, número de compartidos, número de comentarios, publicaciones destacadas, alcance, consultas realizadas y contestadas satisfactoriamente, comentarios negativos y positivos, etc.
 - Instagram: número de publicaciones, stories, likes, menciones, interacciones.
 - LinkedIn: número de publicaciones, likes, menciones, interacciones
 - Cualquier otra información generada por otra red social que se gestione.
- Análisis y propuesta de mejora de los resultados obtenidos tras la monitorización mensual, reputación on line y escucha activa de las redes sociales de la Consejería, siguiendo la metodología y utilizando las herramientas necesarias para llevar a cabo esta tarea.
- Impacto de la promoción en redes sociales.
- Datos relativos a la evolución de los indicadores de rendimiento y de seguimiento de los resultados del mes por cada una de las redes sociales, incluyendo una breve valoración cualitativa del comportamiento del perfil. Además, deberá elaborarse un cuadro de mando al mes que muestre la evolución de los indicadores de cada red social.
- Las peticiones recibidas en relación con el servicio, donde se detallará toda la actividad asociada al servicio (número de solicitudes, calificación y tiempo de respuesta y de resolución de las solicitudes, etc.), con el objeto de verificar que se mantienen dentro de los acuerdos de nivel de servicio contratados.
- Conclusiones y demás datos fundamentales para conocer el estado de las redes sociales.

Dicho informe deberá ser entregado a la persona responsable del contrato siguiendo sus indicaciones y dentro de los primeros siete días naturales de cada mes.

La persona contratista no podrá realizar las siguientes acciones:

- Conexión entre diferentes redes sociales de forma automática de forma que se autopubliquen post de unas redes en otras.
- La compra de personas seguidoras o cualquier acción que mejore los resultados de la marca en redes sociales de forma artificial.

CARLOS MORENO RUIZ		11/06/2024 14:34:57	PÁGINA: 7 / 9
VERIFICACIÓN	NJyGwuYs1E9r8f6z6A0qR0Mu2STM7w	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Modalidad de prestación y seguimiento del servicio.

El servicio se proporcionará de forma remota con los medios técnicos y humanos que ha de proporcionar la propia persona contratista para cubrir la totalidad del servicio. Para ello, deberá habilitar una línea telefónica y un correo electrónico donde se atenderán las diferentes solicitudes incluidas en el servicio contratado. Si fuera necesario, de manera excepcional y por el tiempo mínimo, se podrán realizar actuaciones en las dependencias de la Consejería por razón de consulta o utilización de material, documentación o información obrante en esta.

Del mismo modo, la persona contratista se comprometerá a asistir a las diferentes reuniones que sean requeridas por el responsable del contrato en la Consejería, independientemente de que estas reuniones se celebren en la Consejería o en otras instalaciones, sin que ello suponga ningún incremento en la facturación de los servicios prestados.

El horario del servicio será todos los días de la semana, festivos incluidos, de 8 a 23 h. No obstante, los contenidos se introducirán en horario de máxima relevancia, según se vaya determinando en coordinación con la persona responsable del contrato, a la vista de los informes de seguimiento.

Las solicitudes del servicio de edición de contenidos en las redes sociales, en especial, aquellas que sean extraordinarias o requieran de un tratamiento singular, serán clasificadas por la Consejería en relación con su prioridad normal o urgente. En caso de duda, la persona contratista podrá consultar dicha clasificación con la persona responsable del contrato.

El tiempo de resolución de este servicio para las solicitudes de prioridad normal será inferior a treinta minutos; y, para las solicitudes de prioridad urgente, inferior a quince minutos.

Las respuestas a la ciudadanía deben hacerse en un plazo de cuatro horas en días laborables. Las respuestas serán siempre con las garantías de veracidad que resulten de contrastar las respuestas con los recursos de la Consejería. Se trasladarán al equipo responsable de información de la Consejería, quien derivará la demanda al servicio que pueda responder o tramitar la petición o situación expuesta por la ciudadanía, transmitiéndole éste la información solicitada a la persona contratista para que a su vez de respuesta al ciudadano.

La persona contratista deberá hacerse cargo de los costes de licencia, tanto de aplicaciones que puedan usar como de otros recursos que puedan utilizar en las publicaciones, tales como imágenes de bancos de imágenes, vídeos, etc.

Todos los gastos que originen los desplazamientos del personal de la persona contratista para la prestación del servicio serán por cuenta de ésta.

Además, la persona contratista deberá poseer las licencias y permisos necesarios para el uso de las herramientas informáticas para prestar el servicio.

Planificación, dirección y seguimiento de los trabajos

La persona contratista designará una persona responsable técnico del servicio para la gestión diaria, que asumirá la relación con la Consejería y dirigirá la dirección de las actividades del equipo de trabajo encargado de la ejecución de las prestaciones contratadas.

Dicha persona será comunicada a la persona responsable del contrato en el plazo máximo de cinco días naturales desde la fecha de su formalización. La persona contratista comunicará a la Consejería la

CARLOS MORENO RUIZ		11/06/2024 14:34:57	PÁGINA: 8 / 9
VERIFICACIÓN	NJyGwuYs1E9r8f6z6A0qR0Mu2STM7w	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



sustitución de esta persona con diez días naturales de antelación al momento en que deba ser efectiva, cuando la circunstancia que causara la sustitución fuera previsible, y cuando no, el mismo día que se produzca.

CARLOS MORENO RUIZ		11/06/2024 14:34:57	PÁGINA: 9 / 9
VERIFICACIÓN	NJyGwuYs1E9r8f6z6A0qR0Mu2STM7w	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	