



MINISTERIO  
DE INDUSTRIA, ENERGÍA  
Y TURISMO



INSTITUTO DE  
TURISMO DE ESPAÑA

SUBDIRECCIÓN GENERAL  
DE MARKETING EXTERIOR  
DEL TURISMO

**PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DE UN SERVICIO DE GESTIÓN  
OPERATIVA DE LA PRESENCIA DEL INSTITUTO DE TURISMO DE ESPAÑA EN MEDIOS SOCIALES  
ONLINE**

**PROCEDIMIENTO ABIERTO**



## 1. ANTECEDENTES: MEDIOS SOCIALES DE TURESPAÑA

El Instituto de Turismo de España (Turespaña) tiene atribuida expresamente por el Real Decreto 561/2009, de 8 de abril, la planificación, la planificación, el desarrollo y la ejecución de actuaciones para la promoción del turismo español en los mercados internacionales y entre los no residentes en España, el apoyo a la comercialización de productos turísticos españoles en el exterior y entre los no residentes en España y la colaboración con las Comunidades Autónomas, los entes locales y el sector privado en programas de promoción y comercialización de sus productos en el exterior y entre los no residentes en España.

La estrategia de Marketing del Instituto de Turismo de España incluye dentro de sus herramientas de trabajo el desarrollo de acciones en el ámbito de las redes sociales. Dichas redes constituyen un elemento de notable importancia dada su cada vez mayor presencia en Internet y las posibilidades de difusión que proporcionan. Las redes sociales y los dispositivos móviles son los protagonistas de esta apuesta en la que se quiere ayudar y acompañar al usuario en todo el ciclo de vida del viaje (antes, durante y después del mismo).

Además, a través de las redes sociales se producen gran parte de las recomendaciones de viaje, convirtiéndose no solo en un medio de relación con el cliente sino en un importante canal de prescripción.

Desde el año 2011 y hasta el momento actual, Turespaña ha creado perfiles y emprendido acciones en las redes sociales más populares (Facebook, Twitter, Instagram y Youtube), desarrollando en las mismas una labor constante de promoción y comunicación acerca de los destinos turísticos españoles, interactuando con los usuarios y eventualmente desarrollando acciones de promoción.

En la actualidad Turespaña mantiene presencia en las redes sociales antes mencionadas, según lo que a continuación se indica:

### Facebook

Turespaña cuenta con una Global Page en Facebook (**Spain.info**), que cuenta con un total de algo más de 1,5 millones de seguidores y que integra una página matriz (<https://www.facebook.com/spain.info>), con más de 372.400 seguidores, gestionada desde los Servicios Centrales de Turespaña, más 29 páginas locales, gestionadas desde las Oficinas Españolas de Turismo en el exterior (OETs), que se enumeran a continuación:

- Alemania (más de 29.020 seguidores): <https://www.facebook.com/spain.info.de>
- Argentina (más de 49.280 seguidores): <https://www.facebook.com/spain.info.ar>
- Australia (más de 6.250 seguidores): <https://www.facebook.com/spain.info.au>
- Austria (más de 2.070 seguidores): <https://www.facebook.com/spain.info.at>
- Bélgica y Luxemburgo (más de 21.540 seguidores): <https://www.facebook.com/spain.info.be>
- Brasil (más de 91.310 seguidores): <https://www.facebook.com/spain.info.br>
- Canadá (más de 9.060 seguidores): <https://www.facebook.com/spain.info.ca>
- Dinamarca (más de 38.460 seguidores): <https://www.facebook.com/spain.info.dk>
- EEUU (más de 123.440 seguidores): <https://www.facebook.com/spain.info.us>
- Finlandia y Estonia (más de 4.180 seguidores): <https://www.facebook.com/spain.info.fi>
- Francia (más de 27.770 seguidores): <https://www.facebook.com/spain.info.fr>
- Grecia (más de 22.330 seguidores): <https://www.facebook.com/spain.info.gr>
- India y limítrofes (más de 58.740 seguidores): <https://www.facebook.com/spain.info.in>
- Irlanda (más de 46.770 seguidores): <https://www.facebook.com/spain.info.ie>
- Israel (más de 19.040 seguidores): <https://www.facebook.com/spain.info.il>





- Italia (más de 111.710 seguidores): <https://www.facebook.com/spain.info.it>
- Japón (más de 7.920 seguidores): <https://www.facebook.com/spain.info.jp>
- México (más de 149.900 seguidores): <https://www.facebook.com/spain.info.mx>
- Noruega (más de 26.210 seguidores): <https://www.facebook.com/spain.info.no>
- Oriente Medio (más de 51.380 seguidores): <https://www.facebook.com/spain.info.me>
- Países bajos (más de 22.560 seguidores): <https://www.facebook.com/spain.info.nl>
- Polonia (más de 47.790 seguidores): <https://www.facebook.com/spain.info.pol>
- Portugal (más de 69.060 seguidores): <https://www.facebook.com/spain.info.pt>
- Reino Unido (más de 171.950 seguidores): <https://www.facebook.com/spain.info.gb>
- Rusia (más de 3.910 seguidores): <https://www.facebook.com/spain.info.ru>
- Singapur (más de 1.830 seguidores): <https://www.facebook.com/spain.info.sg>
- Suecia (más de 32.600 seguidores): <https://www.facebook.com/spain.info.se>
- Suiza (más de 1.780 seguidores): <https://www.facebook.com/spain.info.ch>
- Turquía (más de 63.940 seguidores): <https://www.facebook.com/spain.info.tr>

### Twitter

En el momento actual, existe un perfil en Twitter (@spain) gestionado por los servicios centrales de Turespaña, con más de 164.400 seguidores, cuyas publicaciones se realizan principalmente en inglés y castellano. Junto a ello, existen un total de 17 perfiles independientes gestionados por las distintas OETs, que aglutinan un total de más de 54.400 seguidores:

- Argentina: @SpainArgentina
- Australia y Sureste Asiático: @SpainSEA
- Canadá: @SpainInCanada
- Dinamarca: @SpanieniDanmark
- EEUU: @SpainInUSA
- Francia: @EspagneenFrance
- Italia: @SpagnaInItalia
- Irlanda: @SpainInIreland
- Israel: @SpainInIsrael
- Japón: @SpainInJapan
- Noruega: @SpaniaiNorge
- Países Bajos: @SpanjeNederland
- Polonia: @SpainwPolsce
- Reino Unido: @spain\_inuk
- Rusia: @SpainInRussia
- Suecia: @SpanieniSverige
- Turquía: @Turkiyelspanya

### Instagram

En el momento actual, Turespaña cuenta con un único perfil en Instagram (@spain), cuya lengua es exclusivamente el inglés y cuenta con más de 37.870 seguidores.

### Youtube

En el momento actual, Turespaña cuenta con un canal de marca (@spain) que aglutina el contenido audiovisual promocional de Turespaña, que tiene más de 8.300 seguidores y más de 3.630.000 reproducciones de vídeos.





## 2. OBJETO DEL CONTRATO.

El contrato comprende la gestión y desarrollo estratégico de los perfiles sociales de Turespaña y su red de OETs en las redes sociales Facebook, Twitter, Youtube e Instagram.

En particular, el objeto del contrato incluirá las siguientes actuaciones, cuyo detalle se desarrolla en apartados posteriores del presente Pliego:

### a) Actuaciones Básicas. Bajo esta categoría se incluye:

- La adaptación de los contenidos (imágenes, videos, textos...) proporcionados por Turespaña, para su uso en redes sociales y su publicación en los perfiles matriz de Turespaña en redes sociales.
- Alojamiento, mantenimiento correctivo y gestión de la aplicación de gestión de los contenidos específicos que se generan y que facilita el que estos puedan ser utilizados en los distintos perfiles en redes sociales de Turespaña.
- La actualización de los manuales de uso de la aplicación antes mencionada cuando proceda.
- La gestión de la comunidad constituida alrededor de los perfiles "matriz" de Turespaña al objeto de conseguir su dinamización y fidelización, a través de una interacción constante.
- La monitorización y moderación de los contenidos generados por los usuarios en los distintos perfiles en redes sociales de Turespaña.
- La obtención de información de los usuarios seguidores de los perfiles sociales de Turespaña, sobre la percepción de la marca "España" como destino turístico en el mercado, así como la monitorización de la reputación de dicha marca en los distintos medios sociales.
- El asesoramiento estratégico para el buen desarrollo de los perfiles existentes y la eventual creación de nuevos perfiles, si la estrategia así lo aconseja, ya sean regionales o sectoriales.

### b) Actuaciones de Producción. Incluyendo:

- Desarrollo creativo y producción de nuevo material audiovisual, adaptado al uso en redes sociales, a emplear en los diferentes perfiles en redes sociales de Turespaña.
- Proponer y desarrollar mejoras en la aplicación informática de gestión de los contenidos específicos que se adaptan o se generan, que faciliten el que dichos contenidos puedan ser utilizados en los distintos perfiles en redes sociales de Turespaña o el desarrollo de una nueva aplicación que mejore la forma de gestionar y compartir dichos contenidos.
- Desarrollo ad-hoc de aplicaciones informáticas que den soporte a la realización de los concursos y juegos que se quieran poner en marcha en los perfiles de Turespaña, con el objetivo de la dinamización de las comunidades, así como el alojamiento, gestión y mantenimiento de dichas aplicaciones.

### c) Actuaciones de Promoción. Para la captación de más seguidores en los distintos perfiles en redes sociales de Turespaña y para la dinamización de las comunidades (promoción de contenidos), se destinarán inversiones en lo siguiente:

- Promoción de los perfiles de Turespaña.
- Promoción de determinados contenidos.
- Adquisición y envío de los incentivos que se ofrezcan en los concursos y juegos que se lleven a cabo.





### 3. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO A PRESTAR

#### 3.1. Objetivos

Los objetivos genéricos que Turespaña persigue para el conjunto de su actividad en medios sociales son los siguientes:

- a) Incrementar la notoriedad de la marca turística España;
- b) Acentuar el conocimiento de la oferta turística española, en particular de sus atributos de calidad y diversidad;
- c) Incidir en las fases pertinentes del proceso de compra de viajes, a través de los perfiles en redes sociales, para colocar al destino España en posición de liderazgo entre los destinos considerados por los viajeros ("top of mind");
- d) Aprovechar las posibilidades de interacción ofrecidas por las redes sociales para generar una mayor empatía e identificación con el destino España.

Estos objetivos genéricos se concretan en los siguientes objetivos para cada una de las redes sociales anteriormente descritas:

##### Facebook:

- a) Crecimiento orgánico en el número de seguidores de la Global Page en al menos un 1% mensual.
- b) Mantener el grado de interacción de los usuarios de facebook en la Global Page por encima del 8% en promedio mensual (según la medida "People Engage" que proporciona facebook).

##### Twitter:

- a) Crecimiento en número de seguidores de @spain en al menos un 2,5% mensual.
- b) Mantener el grado de interacción de los seguidores de @spain por encima del 4% en promedio mensual (según la medida de "Engagement Rate" que proporciona Twitter).

##### Instagram:

- a) Crecimiento en número de seguidores de @spain en al menos un 12% mensual.
- b) Mantener el grado de interacción de los seguidores de @spain de tal forma que el número de "Me gusta" ("likes") por publicación sea superior a 2.400, en promedio, y el número de comentarios sea, de media, superior a 60 por publicación.

##### Youtube:

- a) Crecimiento en número de seguidores de @spain en al menos un 2% mensual.
- b) Mantener el grado de interacción de los seguidores de @spain de tal forma que el número total de reproducciones de vídeos del canal crezca al menos un 2% mensual.

#### 3.2. Reparto de esfuerzos

El esfuerzo, entendiéndolo como tal el **importe total de adjudicación del contrato**, a dedicar por parte del adjudicatario a las distintas actuaciones objeto del contrato se repartirá según el siguiente esquema, de acuerdo con las distintas Actuaciones definidas en el apartado 1 de este Pliego:

- **Actuaciones Básicas:** Estas actuaciones supondrán, como máximo, un 50% del esfuerzo total del contrato (50% del importe total de adjudicación del contrato). Se entiende que este esfuerzo



dedicado a Actuaciones Básicas sirve para absorber los costes asociados a la retribución y dotación material del Equipo de Trabajo propuesto por el adjudicatario, que se mantendrá fijo durante la duración del contrato.

El resto del esfuerzo del contrato, hasta completar el importe total del contrato finalmente adjudicado, se repartirá según lo siguiente:

- **Actuaciones de Producción:** Estas actuaciones supondrán entre un 40% y un 60% del total de esfuerzo del contrato que quedaría disponible, descontando la parte de esfuerzo destinada a las Actuaciones Básicas (entre un 40% y un 60% del importe disponible, una vez descontado, del importe total de adjudicación, el importe destinado a las Actuaciones Básicas).
- **Actuaciones de Promoción:** Estas actuaciones completarán el resto del esfuerzo disponible, una vez descontados los esfuerzos dedicados a las Actuaciones Básicas y de Producción (el importe disponible, una vez descontado, del importe total de adjudicación, el importe destinado a las Actuaciones Básicas y a las Actuaciones de Producción).

### 3.3. Descripción detallada de los Servicios a prestar

#### 3.3.1. Con carácter global

##### 3.3.1.1. Contenidos

Con respecto a los contenidos, el contratista creará o adaptará los contenidos que sean más apropiados, para cada uno de los perfiles, en función del momento en el que vayan a ser publicados, para conseguir los objetivos anteriormente expuestos y de acuerdo con los criterios e intereses estratégicos de Turespaña, así como aquéllos que deban publicarse como consecuencia de los convenios y acuerdos firmados por Turespaña.

El adjudicatario utilizará los contenidos que Turespaña proporcione y los adaptará, si fuera preciso, para su uso en medios sociales, con cargo al presupuesto del contrato, en la parte que corresponda al esfuerzo a dedicar a Actuaciones Básicas.

En el caso de creación de nuevos contenidos, estos se crearán por el adjudicatario de acuerdo con las directrices de Turespaña y previa su aprobación expresa por parte de Turespaña. Su producción será financiada con cargo al presupuesto del contrato, en la parte que corresponda al esfuerzo a dedicar a Actuaciones de Producción. Como mínimo, a lo largo de la duración del contrato, se crearán 10 piezas audiovisuales (vídeos) de duración de entre 20" y 30" con locuciones y textos, en su caso, en idiomas español e inglés.

Igualmente, el contratista será responsable de la monitorización y moderación de los contenidos generados por los usuarios en los distintos medios sociales, debiendo asegurar la calidad e adecuación de los mismos y descartar aquéllos que puedan resultar ofensivos o sean racistas, sexistas o discriminatorios en cualquier sentido. Esto se hará con cargo al presupuesto del contrato, en la parte que corresponda al esfuerzo a dedicar a Actuaciones Básicas.

El contratista valorará la idoneidad de las aplicaciones de gestión de contenidos existentes y, en su caso, podrá proponer, bien su modificación o el desarrollo de unas nuevas. Estas modificaciones o nuevos desarrollos se financiarán con cargo al presupuesto del contrato, en la parte que corresponda al esfuerzo a dedicar a Actuaciones de Producción. En cualquier caso asumirá las tareas



de alojamiento, gestión y mantenimiento correctivo de las aplicaciones que se encuentren operativas con cargo al presupuesto del contrato, en la parte que corresponda al esfuerzo a dedicar a Actuaciones Básicas.

La aplicación mencionada, consta de los siguientes módulos, accesibles a través de las pestañas superiores que aparecen en la imagen que se incluye a continuación:

- **Calendario:** Incluye los contenidos publicados en la página matriz en facebook y los previstos para días sucesivos. Incorpora un buscador que permite localizar contenidos en el gestor.
- **Top Contenidos:** Muestra los contenidos publicados en la Global Page de facebook que más éxito han tenido entre los usuarios (que más interacción han provocado).
- **Documentación:** Incluye manuales, guías de estilo, textos legales y documentos de “mejores prácticas”.
- **Diseños:** Muestra las distintas imágenes utilizadas por la página matriz de Turespaña en su foto de perfil y en su imagen de portada (“cover”).
- **Promociones:** Este módulo permite diseñar y gestionar promociones con incentivos en facebook, así como re-utilizar promociones ya generadas.
- **Administración:** Permite administrar los permisos de los usuarios en la aplicación.
- **Scorecard:** Permite realizar un seguimiento de la evolución de los principales indicadores y estadísticas de los perfiles de Turespaña en facebook.



El contratista se encargará de la actualización y elaboración de los manuales de uso, guías de estilo y protocolos de actuación, que resulten necesarios, con cargo al presupuesto del contrato, en la parte que corresponda al esfuerzo a dedicar a Actuaciones Básicas.

### 3.3.1.2. Comunidades

Por comunidad se entiende el conjunto de usuarios que interactúan con la marca en redes sociales y que comparten una serie de intereses con ésta.





La gestión de la comunidad constituida alrededor de los perfiles en medios sociales de Turespaña implica la dinamización y fidelización de dicha comunidad a través de una interacción constante con la misma, respondiendo a sus comentarios y solicitudes, creando conversaciones que generen a los usuarios una sensación de cercanía o identidad con los perfiles de Turespaña en las RRSS y otros medios. Esto se hará con cargo al presupuesto del contrato, en la parte que corresponda al esfuerzo a dedicar a Actuaciones Básicas.

Asimismo, será el responsable de obtener el "feedback" de los usuarios sobre la marca en el mercado ("escucha activa") y trasladarlo a Turespaña, para obtener nuevas ideas desarrollar nuevos productos o servicios, etc. Esto se hará con cargo al presupuesto del contrato, en la parte que corresponda al esfuerzo a dedicar a Actuaciones Básicas.

Igualmente será el responsable de la monitorización de la reputación de nuestra marca en los distintos medios sociales, asegurando en todo momento la confidencialidad de los datos y la información con la que trabajará. Esto se hará con cargo al presupuesto del contrato, en la parte que corresponda al esfuerzo a dedicar a Actuaciones Básicas.

Asimismo, el contratista deberá realizar cuantas acciones de crecimiento estime oportuno o le sean propuestas por Turespaña, enfocadas a la captación de seguidores, a fin de aumentar el número de integrantes de la comunidad, y a incrementar la interacción de éstos con los perfiles en redes sociales de Turespaña. Estas acciones de crecimiento se financiarán con cargo al presupuesto del contrato, en la parte que corresponda al esfuerzo a dedicar a Actuaciones de Promoción, y deberán ser siempre aprobadas expresamente por Turespaña antes de su ejecución.

Entre estas acciones podrán figurar campañas de captación de seguidores en facebook y/o twitter a través de anuncios ("facebook ads", "twitter ads") y/o promoción de contenidos ("promote posts"). También se podrán establecer acciones del tipo juego/concurso en facebook, twitter o instagram con incentivos en especie, dirigidas a la captación y dinamización de las comunidades. Los incentivos tendrán un coste total con cargo al contrato, impuestos y gastos de envío incluidos, que en ningún caso supere los 200 euros por incentivo.

También, entre estas acciones, se deberán plantear la realización de juegos o concursos que exijan el desarrollo de una aplicación informática "ad-hoc", para el desarrollo y control de la mecánica del juego o concurso. Estas aplicaciones serán desarrolladas, mantenidas y alojadas por el adjudicatario con cargo al presupuesto del contrato, en la parte que corresponda al esfuerzo a dedicar a Actuaciones de Producción. Como mínimo, a lo largo de la duración del contrato, se deberán realizar 2 aplicaciones de este tipo.

Además deberá proponer acuerdos de colaboración con otras marcas, productos, perfiles y demás actores cuyo contenido pudiera ser relevante para la promoción de España en las redes sociales con la finalidad de obtener nuevos contenidos y dinamizar los ya existentes. Esto se hará con cargo al presupuesto del contrato, en la parte que corresponda al esfuerzo a dedicar a Actuaciones Básicas.

### *3.3.1.3. Coordinación de la actividad en medios sociales de la red de OETs*

La empresa adjudicataria prestará el apoyo necesario a la red de OETs, tanto en lo referido a los contenidos y comunidades, como a la tecnología, para facilitar la labor de dinamización de los perfiles en las redes sociales que ellas gestionen, con cargo al presupuesto del contrato, en la parte que corresponda al esfuerzo a dedicar a Actuaciones Básicas.



#### 3.3.1.4. Asesoramiento, evaluación y análisis

El contratista deberá presentar informes mensuales de actividad y resultados, así como un informe de evaluación y, si procediera, reorientación de la estrategia cada seis meses, durante la ejecución del contrato. Esto se hará con cargo al presupuesto del contrato, en la parte que corresponda al esfuerzo a dedicar a Actuaciones Básicas.

#### 3.3.2. Acciones concretas para cada red social

Todas las Acciones que a continuación se detallan se realizarán con cargo al presupuesto del contrato, en la parte que corresponda al esfuerzo a dedicar a Actuaciones Básicas.

##### 3.3.2.1. Facebook

La gestión de las páginas locales corresponde a las OETs en el extranjero. El papel del adjudicatario, bajo la dirección de los responsables de redes sociales de Turespaña, será el siguiente:

- Generar un mínimo de 2 contenidos (posts) comunes al día para su publicación en las distintas páginas locales del organismo. Los contenidos se generarán en inglés y castellano, y se adaptarán a las directrices marcadas por parte de Turespaña. Estos contenidos se pondrán a disposición de las diferentes OETs a través de la aplicación de gestión de contenidos.
- Publicar los posts en la página matriz ([www.facebook.com/spain.info](http://www.facebook.com/spain.info)), y gestionar la interacción con su comunidad de seguidores. Asimismo, podrá requerirse apoyo puntual en la interacción con la comunidad de seguidores en alguno de los mercados locales de habla en lengua castellana o inglesa.
- Si así lo solicitara alguna de las OETs, editar imágenes susceptibles de ser utilizadas en los "posts" para adaptarlas al estilo común. Proponer y en su caso ejecutar acciones para la dinamización de la comunidad de seguidores en las distintas páginas de la Global Page.
- Realizar un seguimiento de las publicaciones de todas las páginas locales con el objetivo de conseguir el cumplimiento de los objetivos comunes establecidos por Turespaña. Promover y gestionar las herramientas necesarias en el entorno Facebook para la comunicación entre Servicios Centrales y OETs.

##### 3.3.2.2. Twitter

Las funciones del adjudicatario serán las siguientes:

- Publicar un mínimo de 10 tweets diarios en @spain, en inglés o castellano. Estos contenidos se pondrán a disposición de las diferentes OETs a través de la aplicación de gestión de contenidos.
- Proponer y en su caso ejecutar acciones para la dinamización de la comunidad de seguidores en @spain. Asimismo, podrá requerirse apoyo puntual en la interacción con la comunidad de seguidores en alguno de los mercados locales de habla lengua castellana o inglesa.
- Realizar sugerencias para la mejora de la actividad en los distintos perfiles de Twitter de la red de OETs.
- Hacer un seguimiento de las publicaciones de todos los perfiles locales con el objetivo de conseguir el cumplimiento de los objetivos comunes establecidos por Turespaña.



### 3.3.2.3. Instagram

Las tareas del adjudicatario serán las siguientes:

- Publicar un mínimo de 2 posts diarios e interactuar con la comunidad de seguidores.
- Proponer y en su caso ejecutar acciones que permitan aprovechar el potencial de Instagram como fuente de contenidos e imágenes tanto para los otros perfiles en redes sociales del organismo como para otras acciones de promoción de Turespaña.

### 3.3.2.4. Youtube

Las tareas del adjudicatario serán las siguientes:

- Actualización de los contenidos integrados en la página principal del canal del Instituto de España, según Turespaña vaya proporcionando nuevos videos para su incorporación al canal.
- Actualización de la imagen y diseño de la página principal ("home") del canal para mantener una imagen homogénea con el resto de perfiles sociales (imagen de perfil, portada, etc.). Esta actualización de las imágenes se producirá cada 2 semanas, en todos los perfiles matriz de Turespaña en redes sociales.

## 4. RECURSOS

El contratista deberá disponer de los recursos técnicos y humanos necesarios para llevar a cabo la prestación del servicio.

El contratista adscribirá al proyecto un **equipo** cuya composición mínima será:

- Director de cuentas (o equivalente)
- Social Media Manager senior (o equivalente) que será el interlocutor entre la empresa y Turespaña permitiendo que el organismo conozca en todo momento el seguimiento del contrato y su programación, pudiendo este dictar cuantas disposiciones considere oportunas para el estricto cumplimiento de lo convenido.
- Dinamizador de contenidos o Community Manager, con capacidad de comunicación y creatividad como cualidades personales; además deberá tener formación académica superior, conocimiento de la tecnología de los distintos medios sociales y acreditada experiencia de, al menos 2 años, en la gestión y administración de redes sociales de marcas u organizaciones de alcance internacional. Igualmente, debe poder demostrar ser bilingüe en inglés y español. Además de lo anterior, se valorará el conocimiento de otros idiomas y del sector turístico español e internacional.

El *Community Manager* tendrá dedicación exclusiva durante toda la vigencia del contrato y su sustitución o cambio, cualquiera que sea la causa, deberá ser previamente autorizada por Turespaña.



## 5. PROPIEDAD DE LOS TRABAJOS

Todos los trabajos resultantes y la información que sea necesaria obtener para la realización de los mismos serán propiedad de Turespaña.

## 6. SEGUIMIENTO DEL CONTRATO

El carácter social del entorno al que se refiere el presente contrato hace necesario que se establezca un control por parte de Turespaña sobre la actividad que la empresa vaya a desarrollar en sus perfiles de redes sociales. La reputación online es un factor importante y muy voluble de tal manera que deben extremarse las precauciones para asegurar que los contenidos no perjudiquen dicha reputación. Con carácter previo, Turespaña informará a la empresa de la línea que deben llevar los contenidos así como de la política de moderación de los comentarios de los usuarios en los distintos perfiles. De esta manera se trata de asegurar el equilibrio entre la necesaria frescura que deben presentar los contenidos en un ámbito como este, sin que se perjudique en modo alguno la imagen del organismo.

Igualmente, la información previa por parte de Turespaña garantizará que la actividad en Redes Sociales se ajusta a lo dispuesto tanto en el Plan Nacional e Integral de Turismo (<http://www.tourspain.es/es-es/VDE/Paginas/PNIT.aspx>) como en el Plan Estratégico de Marketing (<http://www.tourspain.es/es-es/marketing/PEM/Paginas/Default.aspx>). De la misma manera, Turespaña, como administradora de los perfiles puede, en todo momento, controlar y modificar el contenido de los mensajes subidos de manera que, ante cualquier inconveniencia, la capacidad de reacción sea inmediata.

Para un adecuado seguimiento del grado de cumplimiento de los objetivos que se marquen al adjudicatario, se celebrarán reuniones periódicas (con periodicidad mínima mensual) de seguimiento de la actividad del mismo. A estas reuniones asistirán, como mínimo, por parte del adjudicatario, el *Social Media Manager* y el *Community Manager* y, por parte de Turespaña, el Jefe o Jefa de Área de Publicidad y Redes Sociales y el Jefe o Jefa del Servicio de Redes Sociales.

El adjudicatario deberá presentar, con carácter mensual, un informe de sus progresos y de la actividad de los perfiles de redes sociales, tanto de la cuenta matriz como de las cuentas de las OET. Como mínimo, el adjudicatario deberá presentar los datos del crecimiento del número de seguidores de las distintas cuentas, así como de la interacción que éstos tengan con los contenidos que se publiquen.

A la finalización del contrato el adjudicatario deberá presentar un informe final, que servirá de base a la Recepción del mismo, que incluirá como mínimo lo siguiente:

### a) Contenidos:

- Relación de todos los contenidos publicados por el adjudicatario incluyendo la fecha de publicación en cada perfil y el enlace a cada uno de ellos, para poder comprobar su correcta publicación. Se deberá especificar cuáles han sido de nueva creación y el coste de cada uno de ellos que se ha imputado como "Actuaciones de Producción".
- En su caso, relación de mejoras realizadas a la aplicación de gestión de contenidos, con breve descripción del alcance de las mismas y enlace a la misma para su adecuada comprobación.



- En el caso de desarrollo de una nueva aplicación de gestión de contenidos, documentos de análisis y diseño de la aplicación y enlace a la misma para su adecuada comprobación.
- Relación de manuales de uso, guías de estilo y protocolos de actuación generados y enlaces de descarga de las versiones más actualizadas.

**b) Comunidades:**

- Resultado de los trabajos de monitorización de la reputación de nuestra marca en los distintos medios sociales.
- Relación de las acciones de crecimiento realizadas, indicando para cada una de ellas las fechas en las que han estado activas y el coste de cada una de ellas que se ha imputado como "Actuaciones de Promoción" o como "Actuaciones de Producción" (para el caso de las aplicaciones desarrolladas ad-hoc para un juego o concurso).

**c) Coordinación de la actividad en medios sociales de la red de OETs:**


- Relación de acciones de apoyo a la red de OETs realizadas durante el contrato.

**d) Asesoramiento, evaluación y análisis:**

- Relación de los informes mensuales de actividad y resultados presentados, así como de los informes de evaluación presentados y, si procediera, de los eventuales informes de reorientación de la estrategia presentados, adjuntando copia de los mismos.

La actividad de control y evaluación así como la recepción de los informes se llevará a cabo por la Subdirección General de Marketing Exterior del Turismo, a través del Área de Publicidad y Redes Sociales.

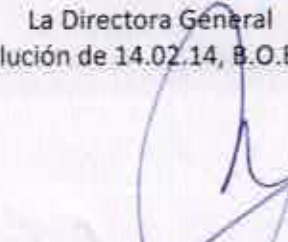
EL SUBDIRECTOR GENERAL  
DE MARKETING EXTERIOR DEL TURISMO



Rafael Chamorro Marín

Conforme  
El Contratista

Madrid, 11 MAYO 2015  
La Directora General  
(P.D. Resolución de 14.02.14, B.O.E. 21.02.14)



Marta Bianco Quesada