

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS QUE HAN DE REGIR EL CONTRATO DE SERVICIOS PROFESIONALES PARA EL DESARROLLO DE UN PLAN DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES DEL CLUB DE CAMPO VILLA DE MADRID, S.A.

1.- OBJETO

EL Club de Campo Villa de Madrid, S.A. (en adelante CCVM) está interesado en licitar el desarrollo de un plan de servicios de comunicación digital en redes sociales (Community Management y Social Media Marketing) que sirva para gestionar toda la información del CCVM y sus eventos deportivos y no deportivos, así como de conexión con todos los abonados y personas interesadas en el CCVM.

2.- OBJETIVOS DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO

Los objetivos para cumplir en la prestación de este servicio son los siguientes:

- Mantenimiento y optimización de la presencia digital en RRSS del CCVM.
- Definir el ecosistema social y target.
- Ampliar el número de seguidores en las RRSS y su fidelización.
- Consultas e interacción. Gestión de crisis.
- Generación de tráfico a la web CCVM.
- Canalización y amplificación de contenidos internos y relacionados.
- Aumento y optimización de canales informativos para abonados y no abonados.
- Servicio de Atención Digital al abonado y de respuesta al no abonado. Canal de ayuda, difusión del espíritu deportivo y social del CCVM.
- Monitorización de la marca CCVM en el entorno online.
- Utilización de herramientas de inteligencia artificial aplicadas a las necesidades del servicio.
- Estímulo B2B con otros estamentos / empresas.
- Captación, entre otros y cuando sea preciso:
 - * De usuarios en eventos deportivos
 - * De usuarios de eventos sociales y culturales
 - * De usuarios de instalaciones deportivas
 - * De clientes de hostelería y restauración
 - * De clientes eventos empresariales abiertos y de abonados.

3.- TRABAJOS A REALIZAR: ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES.

3.1. Arquitectura Digital

3.1.1. Facebook

- Actualización constante del perfil CCVM de acuerdo con el formato / diseño más actual.
- Mejora constante de la marca CCVM y su repercusión en redes profesionales.
- Generación de tráfico a la web CCVM y aumento del impacto de sus contenidos.
- Soporte creativo digital continuado en producción gráfica y audiovisual.
- Generación, planificación con el CCVM, organización y amplificación de contenidos.
- Coordinación para la cobertura de eventos deportivos e institucionales del Club.
- Seguimiento de los resultados de los equipos del Club (Hockey, Tenis, Pádel, Golf, Hípica, Patinaje, Natación...).
- Publicación de contenido de interés para los diferentes segmentos de
- Abonados (desde infantil a más veteranos).
- Publicación de horarios y fechas de eventos deportivos y socioculturales, resultados, rankings, etc..., tanto de eventos celebrados en el Club como en los que participen los diferentes equipos y deportistas del Club, así como de la actividad sociocultural.
- Retransmisiones en directo. Se solicitará de forma puntual y excepcional, y siempre de común acuerdo entre ambas partes, llevándose a cabo cuando los derechos de emisión no estén en posesión de un tercero o éste se los haya cedido al Club. Estas retransmisiones se desarrollarán de forma sencilla, preferentemente, a través de un teléfono móvil smartphone de última generación, recogiendo el sonido ambiente a través del micrófono del propio aparato y/o de micrófonos externos, facilitando siempre el Club la conexión a la red wifi.
- Información general del CCVM (mantenimiento de instalaciones, acuerdos comerciales...).
- Implicación de empleados y colaboradores.
- Interacción con usuarios otras instituciones sociales o deportivas, contacto con profesionales, seguimiento de otras publicaciones.
- Monitorización de la marca CCVM en esta red.
- Conocimiento y aplicación de herramientas de Inteligencia Artificial (IA) a la creación y publicación de contenidos, al análisis estadístico de las publicaciones e impacto y repercusión de estas y a la detección de público objetivo y solución de crisis de reputación.

3.1.2. X

- Actualización constante del perfil CCVM de acuerdo con el formato / diseño más actual Política / estrategia de seguimiento.
- Mejora constante de la marca CCVM y su repercusión en redes profesionales.
- Generación de tráfico a la web CCVM y aumento del impacto de sus contenidos.
- Soporte creativo digital continuado en producción gráfica y audiovisual.
- Generación, organización y amplificación de contenidos.

- Interacción con usuarios, otras instituciones sociales o deportivas, contacto con profesionales, seguimiento de otras publicaciones.
- Monitorización de la marca CCVM en esta red.
- Publicación de horarios y fechas de eventos deportivos y socioculturales, resultados, rankings, etc..., tanto de eventos celebrados en el Club como en los que participen los diferentes equipos y deportistas del Club, así como de la actividad sociocultural.
- Retransmisiones en directo. Se solicitará de forma puntual y excepcional, y siempre de común acuerdo entre ambas partes, llevándose a cabo cuando los derechos de emisión no estén en posesión de un tercero o éste se los haya cedido al CCVM. Estas retransmisiones se desarrollarán de forma sencilla, preferentemente, a través de un teléfono móvil smartphone de última generación, recogiendo el sonido ambiente a través del micrófono del propio aparato y/o de micrófonos externos, facilitando siempre el Club la conexión a la red wifi.
- Soporte creativo digital continuado en producción gráfica y audiovisual.
- Coordinación para la cobertura de eventos deportivos e institucionales del Club.
- Seguimiento de los resultados de los equipos del Club (Hockey, Tenis, Pádel, Golf, Hípica, Patinaje, Natación...).
- Publicación de contenido de interés para los diferentes segmentos de abonados (dese infantil a más veteranos).
- Información general del CCVM (mantenimiento de instalaciones, acuerdos comerciales...).
- Conocimiento y aplicación de herramientas de Inteligencia Artificial (IA) a la creación y publicación de contenidos, al análisis estadístico de las publicaciones e impacto y repercusión de las mismas y a la detección de público objetivo y solución de crisis de reputación.

3.1.3. LinkedIn

- Activación del perfil CCVM en LinkedIn.
- Mejora constante de la marca CCVM y su repercusión en redes profesionales.
- Generación de tráfico a la web CCVM y aumento del impacto de sus contenidos.
- Contacto con profesionales del sector, entornos deportivos, etc....
- Actualización constante del canal del CCVM de acuerdo con el formato / diseño más actual.
- Publicación periódica de contenidos referentes a la actividad, competiciones, equipos e instalaciones del CCVM.
- Gestión de vídeos a publicar.
- Soporte creativo digital continuado en producción gráfica y audiovisual.
- Coordinación para la cobertura de eventos deportivos e institucionales del Club.
- Publicación de horarios y fechas de eventos deportivos y socioculturales, resultados, rankings, etc..., tanto de eventos celebrados en el Club como en los que participen los diferentes equipos y deportistas del Club, así como de la actividad sociocultural.
- Retransmisiones en directo. Se solicitará de forma puntual y excepcional, y siempre de común acuerdo entre ambas partes, llevándose a cabo cuando los

derechos de emisión no estén en posesión de un tercero o éste se los haya cedido al Club. Estas retransmisiones se desarrollarán de forma sencilla, preferentemente, a través de un teléfono móvil smartphone de última generación, recogiendo el sonido ambiente a través del micrófono del propio aparato, sin necesidad de micrófonos externos, facilitando siempre el Club la conexión a la red wifi.

- Seguimiento de los resultados de los equipos del Club (Hockey, Tenis, Pádel, Golf, Hípica, Patinaje, Natación...).
- Publicación de contenido de interés para los diferentes segmentos de abonados (desde infantil a más veteranos).
- Información general del CCVM (mantenimiento de instalaciones, acuerdos comerciales...).
- Implicación de empleados y colaboradores.
- Mejora constante de la marca CCVM y su repercusión en redes profesionales.
- Generación de tráfico a la web CCVM y aumento del impacto de sus contenidos.
- Conocimiento y aplicación de herramientas de Inteligencia Artificial (IA) a la creación y publicación de contenidos, al análisis estadístico de las publicaciones e impacto y repercusión de estas y a la detección de público objetivo y solución de crisis de reputación.

3.1.4. Instagram

- Actualización constante del perfil CCVM de acuerdo con el formato / diseño más actual.
- Mejora constante de la marca CCVM y su repercusión en redes profesionales.
- Generación de tráfico a la web CCVM y aumento del impacto de sus contenidos.
- Publicación periódica de contenidos referentes a la actividad, competiciones, equipos e instalaciones del CCVM
- Gestión de imágenes a publicar.
- Soporte creativo digital continuado en producción gráfica y audiovisual.
- Coordinación para la cobertura de eventos deportivos e institucionales del Club.
- Publicación de horarios y fechas de eventos deportivos y socioculturales, resultados, rankings, etc..., tanto de eventos celebrados en el Club como en los que participen los diferentes equipos y deportistas del Club, así como de la actividad sociocultural.
- Retransmisiones en directo. Se solicitará de forma puntual y excepcional, y siempre de común acuerdo entre ambas partes, llevándose a cabo cuando los derechos de emisión no estén en posesión de un tercero o éste se los haya cedido al Club. Estas retransmisiones se desarrollarán de forma sencilla, preferentemente, a través de un teléfono móvil smartphone de última generación, recogiendo el sonido ambiente a través del micrófono del propio aparato y/o de micrófonos externos, facilitando siempre el Club la conexión a la red wifi.
- Seguimiento de los resultados de los equipos del Club (Hockey, Tenis, Pádel, Golf, Hípica, Patinaje, Natación....)

- Publicación de contenido de interés para los diferentes segmentos de abonados (desde infantil a más veteranos).
- Información general del CCVM (mantenimiento de instalaciones, acuerdos comerciales...).
- Implicación de empleados y colaboradores.
- Interacción con usuarios otras instituciones sociales o deportivas, contacto con profesionales, seguimiento de otras publicaciones
- Monitorización de la marca CCVM en esta red.
- Conocimiento y aplicación de herramientas de Inteligencia Artificial (IA) a la creación y publicación de contenidos, al análisis estadístico de las publicaciones e impacto y repercusión de estas y a la detección de público objetivo y solución de crisis de reputación.

3.1.5. YouTube:

- Actualización constante del canal del CCVM de acuerdo con el formato / diseño más actual.
- Mejora constante de la marca CCVM y su repercusión en redes profesionales.
- Generación de tráfico a la web CCVM y aumento del impacto de sus contenidos.
- Publicación periódica de contenidos referentes a la actividad, competiciones, equipos e instalaciones del CCVM.
- Gestión de vídeos a publicar.
- Soporte creativo digital continuado en producción gráfica y audiovisual.
- Coordinación para la cobertura de eventos deportivos e institucionales del Club.
- Publicación de horarios y fechas de eventos deportivos y socioculturales, resultados, rankings, etc..., tanto de eventos celebrados en el Club como en los que participen los diferentes equipos y deportistas del Club, así como de la actividad sociocultural.
- Retransmisiones en directo. Se solicitará de forma puntual y excepcional, y siempre de común acuerdo entre ambas partes, llevándose a cabo cuando los derechos de emisión no estén en posesión de un tercero o éste se los haya cedido al Club. Estas retransmisiones se desarrollarán de forma sencilla, preferentemente, a través de un teléfono móvil smartphone de última generación, recogiendo el sonido ambiente a través del micrófono del propio aparato, sin necesidad de micrófonos externos, facilitando siempre el Club la conexión a la red wifi.
- Seguimiento de los resultados de los equipos del Club (Hockey, Tenis, Pádel, Golf, Hípica, patinaje, Natación...)
- Implicación de empleados y colaboradores.
- Publicación de contenido de interés para los diferentes segmentos de abonados (desde infantil a más veteranos).
- Información general del CCVM (mantenimiento de instalaciones, acuerdos comerciales...).
- Conocimiento y aplicación de herramientas de Inteligencia Artificial (IA) a la creación y publicación de contenidos, al análisis estadístico de las publicaciones e impacto y repercusión de estas y a la detección de público objetivo y solución de

crisis de reputación.

3.2. Servicios estratégicos.

Consultoría Estratégica: Comprende la definición de la estrategia en todas las redes sociales en las que el CCVM esté presente, así como la valoración y optimización de las actuaciones en redes. También integra la investigación del sector y la segmentación de públicos, así como un seguimiento y análisis de los contenidos digitales publicados.

Reputación: Diseño y creación de una estrategia digital y de contenidos para el CCVM.

Tono y moderación de comentarios: desarrollo de unas "reglas de convivencia" digitales para los usuarios de los canales de RRSS del CCVM. Buscamos un tono cercano y ameno con los abonados y no abonados, y con todos aquellos que interactúen con los perfiles del CCVM.

3.3 Community Management.

Generación de Contenidos: Se planificará periódicamente le generación de contenidos. El CCVM se compromete a proporcionar el contenido principal, textos, fotos, vídeos, (al menos el 70%), la empresa adjudicataria será responsable de cubrir (fotos, vídeo, texto,...) en aquellos que se determinen y el CCVM no pueda hacerlo. El diseño y la composición de los posts será a cargo de la empresa adjudicataria.

Gestión de contenidos: Búsqueda, recopilación y organización de contenidos tanto internos del CCVM como externos en áreas afines a las actividades, usuarios y carácter social del Club (actualidad, deporte, formación, servicios, mantenimiento, actividades socioculturales...).

Redacción, planificación (calendarización) y publicación de los posts en las distintas RRSS, con reuniones periódicas de coordinación con el Departamento de Comunicación y Marketing. Se realizarán reuniones específicas de eventos determinados o campañas especiales. Se presentará un calendario mensual, con especificaciones semanales.

Interacción con los usuarios (abonados y no abonados).

Moderación de comentarios (de acuerdo con las normas establecidas).

Canales: Instagram, TikTok, Facebook, X, LinkedIn y YouTube.

Actualización continua diaria de los canales (normas de uso, novedades, diseño de los perfiles...)

Atención digital al abonado: Comprende la labor diaria 365 días al año. 7 días a la semana 24h horas al día de respuesta y resolución de consultas y reclamaciones en los diferentes canales sociales. Importante proveer coordinadamente con el CCVM de un sistema "limpio" y elaborado que permita el fluido funcionamiento de las redes.

Escucha activa: Monitorización de comentarios en la red en relación con el CCVM. Localización de posibles necesidades de los usuarios para que puedan resolverse desde los canales de redes sociales. Elaboración de informes diario de seguimiento y valoración del impacto.

3.4 Gestión de la crisis.

Debido a las implicaciones sociopolíticas del CCVM, creemos necesario la creación de un Comité de Crisis de Comunicación/Redes Sociales.

Es imprescindible la experiencia y absoluta solvencia en este aspecto.

Necesitaremos una detallada elaboración de planes de prevención y métodos de actuación en crisis de marca, servicios, empleados o directivos.

La gestión de comunidades e influencers digitales es un atributo importante en esta área.

3.4 Reporting y evaluaciones.

Informe mensual de actuación del CCVM en redes sociales: valoración periódica de los canales sociales de CCVM en función de los KPI's definidos previamente. Se realizarán informes específicos cuando sea necesario.

Análisis de campañas: resultados de activaciones y elaboración de informes cualitativos y cuantitativos en las diferentes redes.

Informe diario de análisis reputacional de la marca a tiempo real: valoración de la presencia de CCVM y sus directivos como marca en el universo digital, así como las menciones que reciban nuestros perfiles diariamente.

3.5 competiciones operativas adicionales.

Desarrollo y apoyo creativo, gráfico y tecnológico: Colaboración y creación de creativities en todas las redes sociales del CCVM; creación de piezas, aplicaciones y landings para proyectos concretos. Esta parte será presupuestada aparte y por proyecto.

Cobertura de eventos: Retransmisión o cobertura in situ de todos los eventos deportivos, sociales, culturales e institucionales, entregas de premios, o actos de relevancia que tengan lugar en las instalaciones del CCVM o en los que el Club esté involucrado. Disponibilidad absoluta para los desplazamientos a los Clubes involucrados. Publicación de contenidos en las diversas RRSS e interacción con participantes e influencers. Este servicio será incluido en el presupuesto anual. A partir de esta cifra de eventos se presupuestará por parte del proveedor un coste por evento cubierto.

4.- CONDICIONES DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO

Horarios: La realización de esta actividad se realizará en la forma y horarios que la empresa o profesional adjudicatario determinen, a su riesgo y ventura, con plena libertad de actuación, cubriendo los intereses del Club, los abonados, equipos, entrenamientos, actos deportivos, sociales, partidos y competiciones de cualquier disciplina deportiva del CCVM, en todos los días y horarios que se consideren necesarios para el servicio, con disponibilidad 365 días al año, 7 días a la semana y 24 horas a día.

La empresa o profesional adjudicatario se obliga a prestar el servicio al Club de Campo Villa de Madrid S.A. de forma esmerada, respondiendo de cualquier reclamación que como consecuencia de su actividad pudiera realizarse al Club.

El personal que la entidad o profesional adjudicatario utilice para su actividad será totalmente ajeno al CCVM., y su situación laboral será totalmente regular y a exclusivo cargo y dependencia de la empresa o profesional adjudicataria de este servicio.

5.- CONDICIONES ESPECIALES DE EJECUCIÓN. CLÁUSULAS SOCIALES.

5.1.- Será de obligatorio cumplimiento la aplicación de la Directiva 2001/23/CE, de 12 de marzo de 2001/23/CE, de 12 de marzo de 2001, sobre aproximación de las legislaciones de los Estados miembros relativas al mantenimiento de los derechos de las personas trabajadoras en caso de transmisiones de empresas y centros de actividad.

5.2.- En toda documentación, publicidad, imagen o materiales que deban aportar los licitadores o que sean necesarios para la ejecución del contrato, deberá hacerse un uso no sexista del lenguaje, evitar cualquier imagen discriminatoria de las mujeres o estereotipos sexistas, y fomentar con valores de igualdad la presencia equilibrada, la diversidad y la corresponsabilidad.

5.3- La empresa adjudicataria tiene la obligación de adoptar las medidas de seguridad y salud en el trabajo que sean obligatorias para prevenir de manera rigurosa los riesgos que puedan afectar a la vida, integridad y salud de las personas trabajadoras. La empresa adjudicataria deberá acreditar el cumplimiento de estos extremos mediante la documentación que corresponda para el caso concreto, dado que la actuación a realizar en materia de prevención de riesgos laborales depende de la naturaleza de la prestación constitutiva del objeto del contrato.

5.4- La empresa adjudicataria deberá acreditar mediante declaración responsable la afiliación y el alta en la Seguridad Social de las personas trabajadoras destinadas a la ejecución del contrato. Esta obligación se extenderá a todo el personal subcontratado por la empresa adjudicataria principal destinado a la ejecución del contrato.

A tales efectos, la empresa adjudicataria deberá presentar al inicio de la ejecución del contrato la presentación de una declaración responsable en la que señale las personas trabajadoras destinadas a la ejecución del contrato se encuentran afiliadas y dadas de alta en la Seguridad Social, pudiendo EL CLUB DE CAMPO VILLA DE MADRID, S.A. si lo considera oportuno, solicitar la documentación que acredite el contenido de la declaración responsable.

Con carácter previo a la finalización del contrato, la empresa adjudicataria deberá presentar un informe relativo al cumplimiento de las obligaciones sociales que le fueran exigibles legal o contractualmente, y en consecuencia relativo a las condiciones especiales de ejecución y cláusulas sociales del apartado 10 del presente pliego.

