PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS

CONTRATACIÓN DE

Dinamización Redes Sociales FNMT-RCM

PA-423179-13/1636/2025

(PROCEDIMIENTO ABIERTO)

Documento firmado electrónicamente por:
Rafael Medina Casas
Fecha: 03/12/2025
CSV:CLFP+KrlYld5mmRQBdWMmQ==

ÍNDICE

1. Objeto. 4

2. Descripción. 4

3. Acciones a Realizar. 5

3.1. YOUTUBE 5

3.2. FACEBOOK 6

3.3. X 6

3.4. LINKEDIN 7

3.5. Instagram 7

3.6. BLOG 8

3.7. Google 8

3.8. Acciones complementarias 8

3.9. Informe Mensual 9

4. COORDINACIÓN Y HORARIO. 9

5. Cantidad (de bienes o servicios) objeto de la contratación. ... 10

6. Plazo de Ejecución 10

7. Condiciones de facturación. 10

8. Penalizaciones. 10

9. Aclaraciones sobre el pliego de prescripciones técnicas..... 11

10. Otras cuestiones..... 11

10.1. Presentación de Ofertas..... 11

10.2. Condiciones a cumplir por la empresa adjudicataria 12

10.3. Criterios de valoración de las ofertas..... 12

1. OBJETO.

El objeto del presente pliego es la contratación de servicios especializados para la dinamización de las REDES sociales de la FNMT-RCM que permitan:

- Aumentar la interacción de los usuarios en las redes sociales.
- Dar respuesta a los usuarios que tengan dudas con los servicios y productos de la FNMT-RCM. Atención al cliente.
- Aumentar la notoriedad de la marca FNMT-RCM y que los usuarios conozcan más la empresa y sus servicios.
- Dinamizar contenido interesante que sirva de utilidad a los usuarios para el uso de los servicios y productos de la FNMT-RCM.
- Incrementar el número de certificados emitidos durante el periodo de duración del contrato, tanto de persona física, como de persona jurídica y sello de entidad.
- Incrementar la venta de productos/servicios ofrecidos por la FNMT-RCM.

El periodo de contratación será de 2 años a contar desde la formalización del contrato o el día siguiente a que acabe el actual, con posibilidad de prórroga de un año.

2. DESCRIPCIÓN.

El número de certificados activos crece de manera constante, al igual que los servicios para los que es obligatorio el uso de los certificados electrónicos. De forma paralela, aumenta el número de entidades de certificación que emiten estos certificados. Se está buscando una manera económica e impactante de llegar a los usuarios para que conozcan las ventajas del uso de la certificación electrónica y los servicios a los que les da acceso.

De igual forma se pretende potenciar la venta de otros productos emitidos por la FNMT-RCM y poner en conocimiento de los ciudadanos, empresas y entidades públicas el resto de servicios proporcionados por la FNMT-RCM.

Para todas las publicaciones referidas en este documento deben utilizarse imágenes libres de derechos o recursos facilitados por la propia entidad, debiendo éstos ser adaptados para los diferentes tamaños y formatos de todos los medios aquí citados. En caso de recibir reclamación por el uso de alguna imagen con derechos de autor, la responsabilidad recaerá sobre la empresa adjudicataria.

3. ACCIONES A REALIZAR.

Durante el periodo de la contratación se pretende incrementar el número de usuarios a los que se llega a través de las redes sociales para que estén informados de los diferentes productos que en la actualidad ofrecemos, así como mostrar los diferentes servicios que presta la FNMT-RCM, haciendo cada día estos productos más accesibles y familiares.

Una vez asentado el Web BLOG, FACEBOOK, X y LINKEDIN, se continúa viendo que las acciones en las redes sociales se ven recompensadas tanto por su gran difusión como por la rapidez de su propagación, calidad y nivel de participación de fans y seguidores, hay que seguir manteniendo y contestando las consultas de todas las cuentas, así como mantener el interés en el Blog, Facebook, Twitter y LinkedIn con publicaciones periódicas.

Se controlarán las reseñas de Google, dando respuesta si estas los requiriesen.

Adicionalmente durante este periodo se podrán realizar hasta 2 concursos para CERES y 4 para la FNMT-RCM máximo 1 por trimestre.

Deberá darse cobertura de forma presencial a dos eventos mensuales designados por la FNMT-RCM en cualquiera de sus dos sedes (Madrid y Burgos).

Edición de vídeos para publicación en redes sociales, mínimo 2 vídeos mensuales por mes de duración del contrato, pudiéndose acumular los vídeos no realizados. El contenido será proporcionado por la FNMT-RCM o saldrá de la cobertura de los eventos.

3.1. YOUTUBE

CERES: Realización de hasta un vídeo similar a los ya existentes para alguno de los productos actuales que se comercializaran en este periodo, con el fin de que ayude a los usuarios a conocer los pasos a seguir para su obtención, así como los requisitos de equipos necesarios y su configuración.

Museo Casa de la Moneda: 1 micro vídeo por trimestre.

3.2. FACEBOOK

CERES, FNMT-RCM y Museo Casa de la Moneda: Búsqueda y publicación de noticias e información relevante en relación con los servicios/productos de estos tres departamentos, mínimo de tres por departamento a la semana (L-V). Con carácter extraordinario, debido a la promoción de ofertas de empleo público u otros eventos o la actualidad de la entidad y su entorno, podríamos necesitar más de una publicación diaria.

Análisis y seguimiento, respondiendo a los comentarios/consultas recibidas, de cada una de las publicaciones y mensajes privados, para conocer cuáles son las temáticas que más conversación generan en los usuarios.

Publicación de contenido en función del EdgeRank para conseguir una mayor visualización del mismo.

Creación y uso de hashtags para identificar temáticas y que los usuarios que no conocen los servicios y productos lleguen a la fanpage.

3.3.X

Búsqueda y publicación de noticias e información relevante en relación con el certificado digital, de forma diaria.

Análisis y seguimiento, respondiendo a los comentarios/consultas recibidas, de cada una de las publicaciones para conocer cuáles son las temáticas que más conversación generan en los usuarios.

Monitorización de la audiencia para conocer cuáles son los horarios de mayor impacto.

Creación y uso de hashtags para identificar temáticas y que lo usuarios que no conocen CERES lleguen al perfil profesional Ceres.

3.4. LINKEDIN

CERES, FNMT-RCM y Museo Casa de la Moneda: Búsqueda y publicación de noticias e información relevante en relación con los servicios/productos de estos tres departamentos, mínimo de tres por departamento a la semana (L-V). Con carácter extraordinario, debido a la promoción de ofertas de empleo público u otros eventos o la actualidad de la entidad y su entorno, podríamos necesitar más de una publicación diaria.

Análisis y seguimiento, respondiendo a los comentarios/consultas recibidas, de cada una de las publicaciones para conocer cuáles son las temáticas que más conversación generan en los usuarios.

Creación de grupo de debate que genere conversación en torno al certificado digital.

Dinamización de contenido afín a CERES para aumentar el posicionamiento/interés de profesionales del sector en nuestra entidad.

3.5. INSTAGRAM

Museo Casa de la Moneda: Publicación de 3 post semanales.

Análisis y seguimiento, respondiendo a los comentarios/consultas recibidas, de cada una de las publicaciones y mensajes privados para conocer cuáles son las temáticas que más conversación generan en los usuarios.

Monitorización de la audiencia para conocer cuáles son los horarios de mayor impacto.

FNMT-RCM: Publicación de 3 post semanales.

Análisis y seguimiento, respondiendo a los comentarios/consultas recibidas, de cada una de las publicaciones y mensajes privados para conocer cuáles son las temáticas que más conversación generan en los usuarios.

Monitorización de la audiencia para conocer cuáles son los horarios de mayor impacto.

3.6. BLOG

Selección de temáticas de interés y afines con el certificado digital publicación de al menos dos artículos mensuales, previo visto bueno del contenido por parte de la FNMT-RCM.

Previa validación de CERES, redacción de entradas con lenguaje cercano acorde a la blogosfera.

Orientación al SEO del blog implementando y utilizando plugings que indexan la información en Google.

Implementación de Google Analytics y Google Social Analytics para realizar un seguimiento de cuáles son las entradas más leídas y más compartidas en redes sociales.

Búsqueda y selección de Keywords que atraen al target de CERES

Alta en directorios webs para una mejor indexación en Google.

3.7. GOOGLE

Seguimiento de las reseñas de los usuarios. Responder a las misas si fuera necesario y encauzar las negativas para si es viable conseguir una mejor valoración por parte del usuario. En especial las reseñas de Google del Museo Casa de la Moneda.

3.8. ACCIONES COMPLEMENTARIAS

Generación de infografías sencillas/gifs animados para momentos señalados (Máximo 6/trimestre).

Gestión de campañas de anuncios en Social Ads (Máximo inversión 100 €/total trimestre).

Envío previo del calendario y contenido de publicación para revisión y aprobación de los contenidos.

Gestión del calendario de campañas y publicaciones mediante la herramienta Hootsuite (o equivalente) dándonos acceso para su visualización.

3.9. INFORME MENSUAL

Mensualmente y anualmente se realizará un análisis de datos para evaluar los resultados de nuestras acciones:

- Acciones realizadas durante el mes del informe.
- Evolución del número de seguidores en cada una de las redes.
- Rendimientos por landing page.
- Rendimientos por fuente del tráfico.
- Rendimientos por tipo de dispositivo y por tipo de usuario.
- Exposición. Cuántas personas han visto nuestros mensajes.
- Conversación. Cuántos usuarios han tenido interacción con nosotros.
- Influencia. De qué manera hemos influido en nuestros usuarios. ¿Hablan bien? ¿Hablan mal?
- Conversión: Cuántos clics han tenido nuestras campañas. Y de esos clics, cuántos se han convertido en seguidores de nuestra página.
- Conclusiones y acciones propuestas para el siguiente periodo.

4. COORDINACIÓN Y HORARIO.

Por parte del adjudicatario se designará un coordinador con la FNMT-RCM que estará disponible por correo electrónico y telefónicamente durante el periodo de ejecución y en horario de 9 a 18 horas de lunes a viernes en días laborables.

Las acciones y repuestas a las necesidades deben de ser realizadas, las que se produzcan dentro del horario de disponibilidad, en un plazo inferior a 2 horas y las que se realicen fuera del horario serán en las 2 siguientes horas definidas como de disponibilidad.

5. CANTIDAD (DE BIENES O SERVICIOS) OBJETO DE LA CONTRATACIÓN.

Los descritos en el apartado: **Acciones a Realizar**.

6. PLAZO DE EJECUCIÓN.

Estos servicios se prestarán durante dos años con la posibilidad de prorrogarlo un año más. Empezando a contar desde la formalización del contrato o desde la finalización del actual.

7. CONDICIONES DE FACTURACIÓN.

El pago se realizará mediante trasferencia bancaria en un plazo de 30 días desde la fecha de finalización de la prestación del servicio, previa recepción de la factura correspondiente, siendo la fecha efectiva de pago los días 10 y 25 de cada mes o el día hábil inmediatamente posterior.

En caso de prestación de servicio continuado, el pago se realizará mensualmente (a mes vencido) sobre los servicios realizados en el mes inmediatamente anterior.

Cualquier pago previo a la realización de conformidad del servicio debe ser garantizado mediante un aval bancario por el mismo importe adelantado.

8. PENALIZACIONES.

En caso de falta de responsabilidad, incompetencia, desidia u otras causas de índole similar por parte del adjudicatario, con respecto al cumplimiento de las condiciones que figuran en el presente pliego, la facturación resultante quedará aminorada con las penalizaciones que fueran de aplicación en el periodo según el pliego de condiciones particulares adjunto al pliego de prescripciones técnicas o las derivadas del Texto Refundido de la Ley de Contratos del Sector Público (TRLCSP).

9. ACLARACIONES SOBRE EL PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS.

Las empresas participantes podrán presentar cuanta documentación consideren oportuna para presentar la empresa, describir sus soluciones y explicar la forma en que cumplimentarán los requisitos de este pliego de condiciones.

Las consultas técnicas se dirigirán a la atención de:

Área de Soporte Técnico de CERES

e-mail: jcperez@fnmt.es

Fábrica Nacional de Moneda y Timbre – Real Casa de la Moneda

C/ Jorge Juan 106.

10. OTRAS CUESTIONES.

10.1. PRESENTACIÓN DE OFERTAS

Las empresas participantes podrán presentar cuanta documentación consideren oportuna para presentar la empresa, describir sus soluciones y explicar la forma en que cumplimentarán los requisitos de este pliego de condiciones.

Dichas ofertas se deberán presentar con la referencia **PA/423179/13/1636/2025**, hasta la fecha indicada en el aviso correspondiente, en ficheros separados la parte técnica de la económica y de la administrativa, debiendo incluir documento original firmado por un responsable de la empresa con firma autorizada.

10.2. CONDICIONES A CUMPLIR POR LA EMPRESA ADJUDICATARIA

La empresa adjudicataria deberá cumplir las siguientes condiciones adicionales:

- De forma previa al inicio de cualquier trabajo, la empresa adjudicataria deberá firmar con la FNMT-RCM el correspondiente acuerdo de confidencialidad, según modelo de la FNMT-RCM y que se puede solicitar como aclaración a la presente oferta.

- La empresa licitadora deberá aceptar y respetar las políticas de calidad y seguridad de la información de la FNMT-RCM

- La empresa adjudicataria deberá aceptar los términos y condiciones del contrato o pedido resultante, especialmente en lo que se refiere a los plazos de abono de facturas presentadas.

- Terminados los trabajos, la empresa adjudicataria deberá eliminar toda información sensible de la FNMT-RCM utilizada u obtenida durante prestación del servicio.

- No publicidad de relación con la FNMT-RCM sin previo consentimiento.

10.3. CRITERIOS DE VALORACIÓN DE LAS OFERTAS

Las valoraciones de las ofertas se realizarán atendiendo a criterios económicos, técnicos y de responsabilidad social corporativa que se indican en el Pliego de Condiciones Particulares adjunto a esta licitación.