

BORRADOR PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DE UN SERVICIO DE ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN, GESTIÓN DE REDES SOCIALES Y ELABORACIÓN DE CAMPAÑAS DIGITALES DEL IVAJ

1. OBJETO DEL CONTRATO

El objeto del presente pliego es regular las condiciones técnicas que regirán la contratación de un servicio integral de estrategia de comunicación que deberá estar alineado con los cinco ejes temáticos de la nueva Estrategia Valenciana de Juventud 2030, que es el instrumento de planificación de las políticas de juventud en la Comunitat Valenciana. Así pues, estos ejes están diseñados como grandes áreas de acción pública y son los siguientes: autonomía joven, libertad, convivencia, cohesión social y valores democráticos, hábitos de vida saludables, ocio y cultura y en último lugar, social digital y juventud.

Con la contratación de este servicio se pretende acercar la institución a la juventud de la Comunitat Valenciana, informar a la población joven sobre los temas de interés así como reforzar la comunicación pública y el vínculo administración-población joven a través de los canales de comunicación utilizados mayoritariamente por personas jóvenes.

Así pues, se persigue un doble objetivo:

Por una parte, continuar con la información facilitada tanto a los jóvenes como a los profesionales de juventud a través de las redes sociales acerca de los programas de juventud que se desarrollan por parte de las administraciones públicas. Asimismo, se pretende que toda la información de interés para la población joven de la Comunitat Valenciana que se elabore y comunique, sea una información fiable, veraz y contrastada. Con la comunicación que se realice, se busca que los profesionales de juventud se hagan eco de la información y la trasladen a través de sus propios canales para alcanzar de esta forma a un mayor número de jóvenes, estableciéndose una red de comunicación en la que la información parte del IVAJ y llegue a los profesionales de juventud, a las entidades que trabajan con jóvenes y a la población joven en general. Toda la información debe canalizarse a través de los perfiles que el IVAJ tiene abiertos en las RRSS y aquellos otros en los que se valore positivamente su apertura, siempre enfocados a las necesidades e inquietudes de la juventud de la Comunitat Valenciana.

Por otra parte, se busca incrementar la marca Carnet Jove, mejorando su imagen, creando sentimiento de marca y reforzada como un aliado de las políticas de juventud a conocer e implementar. Para ello se intentará conseguir una mayor aproximación a los usuarios de Carnet Jove, jóvenes entre 14 y 30 años, mediante el conocimiento de las acciones, promociones, ventajas y descuentos que se realizan desde el programa.

Toda la información debe canalizarse a través de los perfiles que Carnet Jove tiene abiertos en las RRSS y aquellos otros en los que se valore positivamente su apertura y estarán enfocados a los jóvenes



según su edad ya que, en la mayoría de los casos, irá unida a sus necesidades e inquietudes. Todos los diseños que se realicen tendrán una imagen adecuada y acorde con el programa.

2. DURACIÓN DEL SERVICIO

El plazo de ejecución del presente contrato será de 12 meses a contar desde el día 1 de julio de 2026 o desde su formalización si fuera posterior.

3. LUGAR DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO

Los servicios descritos en estas prescripciones técnicas se prestarán desde las instalaciones de la empresa adjudicataria.

Podrán celebrarse reuniones, tanto por video conferencia como presenciales, en la sede central del IVAJ en la ciudad de Valencia o en sus unidades territoriales sitas en las ciudades de Castellón y Alicante.

Por otra parte, las personas puestas a disposición de la ejecución del contrato podrán ser requeridas para realizar desplazamientos a cualquier municipio de la Comunitat Valenciana, en función de las necesidades del IVAJ.

4. OBLIGACIONES CONTRACTUALES

4.1. Planificación y desarrollo de la estrategia de comunicación general del IVAJ.

Supone la puesta en marcha de la estrategia de comunicación global que el adjudicatario presente, e incluye la comunicación periódica del contenido definido dentro de la estrategia de comunicación del IVAJ, en el marco de una relación permanente y fluida. Para ello, se realizará, al menos, una reunión semanal para planificar e ir desarrollando dicha estrategia de comunicación.

Esta incluirá, en todo caso y sin carácter excluyente, las siguientes acciones:

- Elaboración de un plan anual de comunicación, que incluirá:
 - 1) Diagnóstico y análisis del contexto,
 - 2) Identificación de públicos objetivos
 - 3) Mensajes clave y líneas estratégicas.Este plan deberá contar con la correspondiente aprobación por parte del IVAJ.
- Elaboración semanal del calendario de las publicaciones y creatividades en coordinación y previa aprobación del IVAJ.
- En las cuentas de Carnet Jove, la realización de distintas acciones, como sorteos, encuestas, challenges... con los usuarios del Programa. Para realizar estas actividades, el IVAJ aportará las entradas, los cupones, los regalos de los sorteos o los descuentos necesarios para conseguir que las acciones resulten atractivas.

Tras cada acción, se deberá entregar un informe de resultados y conclusiones, intentado mejorar el engagement y la fidelidad del usuario. Además, la empresa adjudicataria adaptará las bases legales y las condiciones online para que estén visibles mientras se produzca la acción, previa aprobación del IVAJ.

- Utilizar herramientas apropiadas para la programación y alimentación de las redes, analizando el desarrollo del canal y estudiando propuestas de mejora continua.

Para la ejecución del plan, se deberá tener una relación constante y fluida con la empresa encargada de la captación y mantenimiento de las entidades adheridas a la Xarxa del Carnet Jove del IVAJ; se realizará, al menos, una reunión quincenal, así como con la organización EYCA (European Youth Card Association) que es una organización sin ánimo de lucro que agrupa a 40 organizaciones miembros en 35+ países europeos para promover la movilidad, el empoderamiento y el acceso a oportunidades culturales, educativas y económicas para jóvenes.

4.2. Propuesta creativa por áreas temáticas específicas en relación con la juventud.

A la estrategia y campaña de posicionamiento general de la marca IVAJ, se sumará el desarrollo creativo de las grandes áreas de acción pública del organismo que son aquellas que se establecen en la Estrategia Valenciana de Juventud 2030, sin perjuicio de aquellas otras referentes a programas o iniciativas de interés para la población juvenil de la Comunitat Valenciana.

Como grandes áreas temáticas sobre las que se desarrollan programas en el IVAJ quedan comprendidos las siguientes: información juvenil, emancipación, ocio educativo, alberguismo y movilidad, voluntariado, deporte, cultura, participación y políticas europeas de juventud, entre otros.

Las propuestas creativas específicas deberán alinearse a la línea estratégica de posicionamiento del organismo autónomo.

Respecto del Diseño offline y online, concretamente, se realizarán las siguientes funciones:

- Creación y producción de piezas offline para las marcas IVAJ y Carnet Jove.
- Diseño, adaptación y actualización de creatividades tanto para la web como para otros soportes tanto digitales como físicos, dirigida a los profesionales de juventud de la Xarxa Jove y del Carnet Jove.
- Creación de plantillas e ilustraciones estáticas ad hoc.
- Concepto y diseño de materiales offline, como folletos, cartelería o merchandising.
- Diseño y maquetación de una newsletter mensual en la herramienta que determine el IVAJ.
- Cualquier necesidad de diseño que se genere en el marco del programa Carnet Jove.



El IVAJ facilitará los logos corporativos necesarios, así como los materiales preexistentes junto con unas plantillas y un manual de estilo.

4.3. Mantenimiento, gestión y actualización de perfiles sociales.

El contratista gestionará y dotará de contenido los perfiles institucionales en las redes que se indiquen (Facebook, X/Twitter, Instagram, TikTok, u otras) así como la creación de aquellos otros perfiles sociales que se consideren necesarios.

Se realizará el número de publicaciones necesario con periodicidad suficiente para generar *engagement* con el público objetivo, población juvenil de entre 12 y 30 años.

Deberá publicarse, salvo que la estrategia que se defina y apruebe por el IVAJ indique otra cosa:

- Publicación periódica. Un mínimo de 3 posts/semana según canal con textos e imágenes, por cada uno de los perfiles en RRSS existentes, atendiendo especialmente a la información que pueda resultar de interés para los jóvenes o derivadas de acciones o eventos concretos que puedan resultar de interés para los jóvenes usuarios del Carnet Jove.
- Las publicaciones se realizarán de lunes a domingo y, en el caso que se tratara de actividades, las comunicaciones se realizarán con carácter previo a la actividad, durante y tras la celebración de esta, y se fomentará su promoción y difusión. En caso de necesidad, se podrán programar publicaciones adicionales.
- En el caso de Twitter, Facebook e Instagram, Tik Tok se repostearán, teniendo en cuenta los seguidores y seguidos, contenidos de interés para los jóvenes, así como actividades formativas derivadas del IVAJ. De esta manera, se generará una red de contenido que ayudará a conocer la identidad propia del Carnet Jove y de las políticas de juventud de la Comunitat Valenciana.
- Incorporación y adaptación de la imagen corporativa en las distintas RRSS.
- Adaptación de creatividades a la RRSS que corresponda, así como a la página web.
- Creación de infografías y vídeos de presentación con el objetivo de dar a conocer a los seguidores del Carnet Jove sus ventajas y servicios. Se realizarán infografías de las ofertas, servicios, concursos u otros que el Carnet Jove desee publicar en sus RRSS, así como la creación de infografías y vídeos de presentación con el objetivo de dar a conocer la información que se publique (necesario disponer de un banco de imágenes adecuado a la realidad de los jóvenes de la Comunitat Valenciana).
- Creación de infografías y vídeos de presentación con el objetivo de dar a conocer a los profesionales de juventud y a los jóvenes, nuevos servicios, recursos o acciones puestos en marcha por el IVAJ (necesario disponer de un banco de imágenes adecuado a la realidad de los jóvenes de la Comunitat Valenciana).
- Para todas las RRSS, generación de contenido adecuado para cada una de ellas, teniendo en cuenta el establecimiento de un sistema de revisión diario, con comentarios a las publicaciones de los



seguidores, respondiendo a los comentarios en las publicaciones, compartiendo contenido interesante de otras cuentas, seguimiento de hashtags y de los perfiles más interesantes, así como la detección y eliminación de usuarios falsos.

La gestión de los perfiles en redes sociales deberá incorporar acciones con colaboradores digitales — incluyendo influencers y microinfluencers— y prever la correspondiente inversión en plataformas y soportes digitales. Estas actuaciones tendrán como finalidad garantizar que se destina un volumen de recursos adecuado, verificable y orientado a resultados, asegurando así la eficacia de las campañas de comunicación digital y el cumplimiento tanto de las obligaciones como de los objetivos contractuales.

- De cada publicación se desarrollará un copy o texto con la redacción y diseño adaptados a cada RRSS, que será aprobado por el IVAJ con carácter previo a su publicación.

La empresa contratista deberá desarrollar propuestas concretas de lanzamiento y captación de nuevos seguidores (publicidad digital) en las distintas cuentas de RRSS, mediante la interacción, relación y comunicación directa.

Los servicios de Community Manager exigidos tendrán la obligación de ser prestados por la propia empresa contratada quien concretamente, llevará a cabo las siguientes actuaciones:

- Potenciación de la presencia de la marca IVAJ y Carnet Jove en el mundo online y mejorar su posicionamiento.
- Gestión de las acciones de comunicación y promoción de la información y actividades de juventud del IVAJ y del programa Carnet Jove. Esto supondrá tanto la propuesta, el asesoramiento y la revisión de aquellos perfiles de influencers (youtubers, instagrammers...) cuya colaboración con el IVAJ pueda resultar interesante y adecuada, así como el mantenimiento de una relación constante y fluida con las empresas y entidades relacionadas con éste, en el marco de sus actividades de información, promoción y comunicación.
- Redacción de contenidos y toma y adaptación de imágenes a los formatos necesarios para publicar, tanto en la página web del IVAJ como en la de Carnet Jove, así como en las cuentas de RRSS de ambas y en la app de Carnet Jove, en el caso de que existiera.
- Comunicación y atención a los usuarios de grupos, comunidades y perfiles sociales tanto del IVAJ como de Carnet Jove (whatsapp, newsletter, etc). Asimismo, el community manager tiene la responsabilidad de responder de manera oportuna y adecuada a todas las preguntas que formulen los usuarios en las distintas redes sociales tanto de la marca Carnet Jove como de la marca IVAJ.
- Actuar con diligencia, prudencia y conforme a los principios de veracidad, transparencia y protección de la reputación corporativa en el caso de la existencia de crisis digital.
- Monitorización de las comunicaciones online vinculadas con Carnet Jove y con la marca IVAJ y participar en ellas.



- Detección de necesidades de contenido demandadas por los usuarios para su creación o posible desarrollo, tanto referido a la Xarxa Jove como a cualquier otro perfil que el IVAJ considere necesario.
- Proposición y desarrollo de encuestas destinadas a fomentar la participación de los usuarios del programa Carnet Jove.
- Participación en reuniones de trabajo periódicas con el IVAJ para planificar las actuaciones, así como el mantenimiento de una relación directa y fluida.
- Inserción y/o adaptación de los contenidos a los formatos exigidos en las campañas que se desarrollen.
- Identificación de los puntos fuertes y débiles.
- Análisis del comportamiento y de los intereses de los seguidores.
- Conocimiento de qué tipo de contenido es el que más interés provoca.
- Realización de métricas de todas las RRSS, además de la elaboración de un seguimiento de los comentarios e interacciones de las diferentes RRSS de Carnet Jove y de la marca IVAJ.
- Conocimiento y uso de herramientas para conocer las franjas horarias y días de la semana de mayor aceptación de las publicaciones, junto con la programación de publicación de contenido.
- Diagnóstico en torno RRSS: % de penetración de RRSS.
- Hacer más visible y atractiva la marca Carnet Jove y la marca IVAJ al público objetivo.

4.4. Elaboración de informes y medición de resultados.

Se elaborará un informe mensual con las estadísticas de cada una de nuestras RRSS (incrementos del número de seguidores, los “me gusta”, el alcance y la interacción de sus posts) que se presentará en la primera semana del mes siguiente al que el informe se refiera. Además, se elaborará un informe global con la finalización de los trabajos, donde se resumirán los aspectos más significativos en la gestión de las RRSS tanto de la marca IVAJ como del Carnet Jove.

Junto con los informes anteriores, el contratista deberá informar, en todo momento y a petición del IVAJ, y sin perjuicio de las funciones previstas anteriormente, de los indicadores de seguimiento y evaluación ante acciones concretas.

Los informes medirán el impacto de las relaciones, conocido en sus siglas inglesas como IOR (Impact of Relationship), con al menos cuatro variables a las que se otorgarán determinados valores:

- Autoridad: Entendiéndose como las menciones recibidas en otros medios, fuera de las propias Redes Sociales y de la página web.
- Influencia en los medios sociales: Cantidad de suscriptores, número de nuevos suscriptores...
- Participación de los seguidores: Comentarios en Facebook, Twitter, Instagram, Retwitts...
- Tráfico generado de los medios sociales a la página web.



5. RESPONSABLE DE LOS TRABAJOS

El adjudicatario nombrará a una persona responsable de los trabajos ante el IVAJ, o aquella que pudiera sustituirla, que le representará para todos los requerimientos necesarios.

La propuesta de designación de la persona representante/responsable de los trabajos deberá realizarse en un plazo máximo de 15 días a contar desde la adjudicación del contrato. Esta persona podrá ser sustituida a petición del IVAJ en cualquier momento de la duración del contrato.

Adjudicado el contrato y con carácter previo al inicio de los trabajos, se mantendrá una reunión entre los representantes del IVAJ y de la empresa adjudicataria a efectos de clarificar cuantos extremos resulten precisos.