

Pliego de Condiciones.
Concurso Público de Precios.

**Adquisición de servicios de gestión de
contenidos en redes sociales.**

Gerencia de Comunicación y Marca



Plan Ceibal

1. Introducción

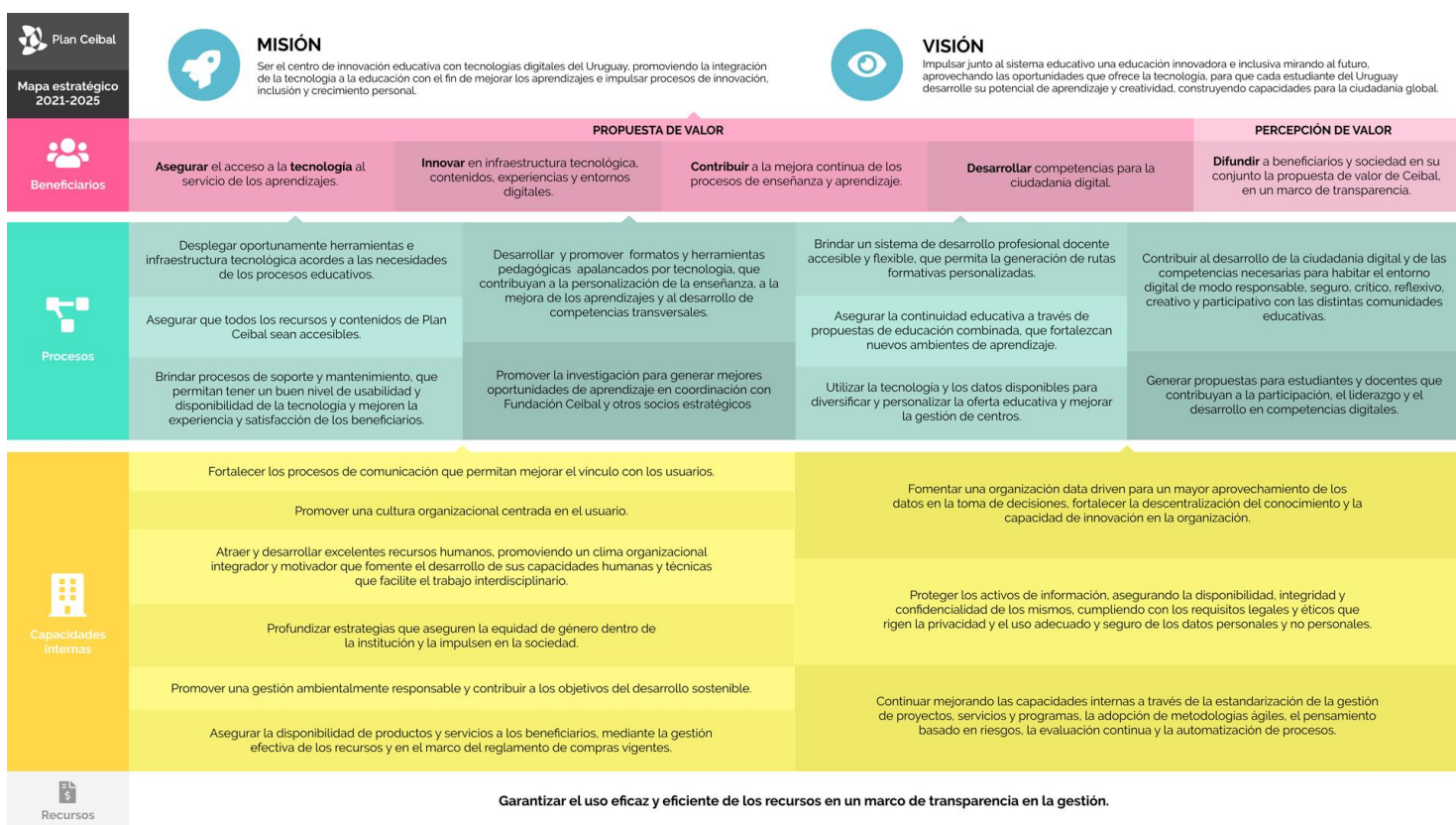
Ceibal tiene como misión ser el centro de innovación educativa con tecnologías digitales del Uruguay, promoviendo la integración de la tecnología a la educación con el fin de mejorar los aprendizajes e impulsar procesos de innovación, inclusión y crecimiento personal.

Su visión institucional es impulsar junto al sistema educativo una educación innovadora e inclusiva mirando al futuro, aprovechando las oportunidades que ofrece la tecnología, para que cada estudiante del Uruguay desarrolle su potencial de aprendizaje y creatividad, construyendo capacidades para la ciudadanía global.

En el marco de la implementación de su plan estratégico 2021 - 2025 Ceibal busca consolidar los procesos de comunicación que permitan mejorar el vínculo con usuarios. Asimismo, se propone que los beneficiarios y la sociedad en su conjunto conozcan en profundidad la propuesta de valor de Ceibal. (Ver cuadro).

Desde la Gerencia de Comunicación y Marca es un objetivo y compromiso de gestión contribuir a la percepción de valor de Ceiba vía, entre otros, la mejora de la estrategia de comunicación en redes sociales.

Plan estratégico 2021-2025



2. Objeto del llamado

El llamado pretende que Ceibal tenga un socio estratégico en el manejo su comunicación en redes sociales, profesionalizando y perfeccionando el manejo de los medios digitales, en tanto principales medios propios de comunicación de la organización.

A través de este llamado, se busca tercerizar la gestión de redes sociales (hasta ahora gestionada internamente por Ceibal), a la agencia digital adjudicataria, en quien recaerá la responsabilidad de gestionar la estrategia de comunicación digital y ejecución de la misma vía community management de dedicación exclusiva.

El ecosistema digital actual de Ceibal está compuesto por los siguientes sitios y redes sociales.

Sitio	Proceso de negocio
http://valijas.ceibal.edu.uy/	Contenidos
https://uruguayestudia.uy/	Uruguay Estudia
https://pensamientocomputacional.ceibal.edu.uy/	Pensamiento Computacional
https://minecrafteducation.ceibal.edu.uy/	Laboratorios digitales
https://jovenesaprogramar.edu.uy/	Jóvenes a programar
https://fundacionceibal.edu.uy/	Fundación Ceibal
https://desafioprofundo.org/	Red Global
https://datascience.edu.uy/es	Data Science
http://ingles.ceibal.edu.uy/	Ceibal en inglés
https://www.ceibal.edu.uy/	Comunicación
https://politicaceibal.edu.uy/	Comité de privacidad
openceibal.uy	Laboratorios digitales
https://microbit.ceibal.edu.uy/	Laboratorios digitales
https://escueladeverano.ceibal.edu.uy/	Formación
enlace360.uy	Red Global
https://blogs.ceibal.edu.uy/formacion/	Formación
https://biblioteca-ayuda.ceibal.edu.uy/biblioteca-ayuda/	Contenidos
https://alterceibal.uy/	Formación
https://redglobal.edu.uy/	Red Global
https://estudiantes.ceibal.edu.uy/	Plataformas
http://miespacio.ceibal.edu.uy/	Plataformas

Se mencionan los sitios a modo de referencia para dar a conocer las principales webs a las que suelen derivar tráfico las redes sociales.

Facebook	https://www.facebook.com/PlanCeibal/
Instagram	https://instagram.com/plan_ceibal?utm_medium=copy_link
Twitter	https://twitter.com/plan_ceibal?s=21
YouTube	https://www.youtube.com/user/canalceibal
Linkedin	https://www.linkedin.com/company/plan-ceibal
Crea	

Se mencionan las redes sociales con el fin de dar cuenta del ecosistema de perfiles que se deberán administrar de forma directa por parte de la agencia adjudicataria. Cabe señalar que desde Ceibal se cuenta con otros perfiles de sub áreas, que no constituyen objeto de este llamado, ya que son administrados internamente por cada área. (Ej biblioteca país, ceibal tec, Jóvenes a Programar)

Las principales funciones de la agencia digital serán:

1- Estrategia institucional de comunicación en redes sociales

- Analizar el ecosistema digital actual de redes sociales de Ceibal institucional..
 - Mapeo y análisis de las diferentes redes y su perfil de audiencia.
 - Identificar oportunidades de mejora en la gestión de posteos orgánicos y patrocinados.
 - Realizar análisis cualitativo de los mensajes comunicados en cada una de las redes, los niveles de jerarquización de la información y los niveles logrado de alcance, interacciones y conversiones.
- Proponer lineamientos de gestión para cada una de las redes sociales
 - Definir cómo utilizar cada medio, indicando audiencia, tipo de contenido, tono, objetivos esperables en cada uno.
 - Ordenar los criterios de posteo actuales restringiendo áreas temáticas por medio, frecuencia, niveles mínimos de interacción y alcance esperados.
 - Elaborar guías con criterios de gestión que puedan ser utilizadas como parte de las estrategias de comunicación de Ceibal tanto en la Gerencia de Comunicación y Marca para el manejo de redes institucionales, como en el resto de las áreas para el manejo de redes como Biblioteca, Jóvenes a Programar o Ceibal Tec.

2- Gestión de posteos orgánicos y pauta patrocinada

- Ejecutar los posteos orgánicos y patrocinados acorde a la estrategia de comunicación digital previamente definida y a las necesidades concretas de cada proyecto, de las que se desprenden objetivos específicos.
 - Desarrollo y optimización frecuente de cronogramas de posteos definiendo frecuencia, fechas, horarios y cantidad de posteos diarios, con el fin de cumplir los objetivos previamente establecidos.
 - Potenciar contenidos acordes a cada red social teniendo en cuenta perfil de la comunidad, tono de la red, tipo de contenido de mayor efectividad, etc.
 - Manejo operativo de las redes sociales ejecutando el cronograma de posteos acordado y agregando solicitudes concretas incrementales que atiendan a necesidades urgentes del momento.
 - Elaborar materiales requeridos para los posteos, como complemento de los textos a redactar, por ejemplo: desarrollos gráficos, animaciones, ediciones de contenidos audiovisuales preexistentes.
 - Definir objetivos concretos así como métricas de control que permitan tomar medidas correctivas durante la pauta y analizar resultados finales, a través de un constante monitoreo de gestión de pauta y KPI de performance.
- Elaboración de posteos en base a criterios de Ceibal
 - Cumplimiento de criterios ortográficos y de estilo, en base a capacitación en manual de estilo y lenguaje inclusivo a cargo de Ceibal. Será imprescindible un riguroso cumplimiento ortográfico y gramatical, dada la naturaleza educativa de la organización.
 - Cumplimiento de criterios institucionales de interacción vía redes sociales con organismos como MEC, ANEP, CFE, etc y sus principales miembros activos en redes sociales desde cuentas personales, prestando especial atención a arrobar y etiquetar siempre a todas las instituciones y referentes que corresponda, así como cuidando la interacción al poner like o re postear contenidos de terceros.
 - Cumplir los criterios de respuesta institucionales en torno a manejo de crisis a raíz de posteos negativos en redes sociales.
- Gestionar tanto posteos orgánicos como pauta en las diversas redes sociales
 - Inversión en cada uno de los medios, dando seguimiento al cumplimiento de rubro y objetivos establecidos. En caso de exceder el monto máximo acordado para la pauta de una campaña, Ceibal no se hará responsable por los sobre costos asociados.
 - Control administrativo de facturación por concepto de pauta.

- Revisión de sitios a los que deriva la pauta en redes sociales. (Ver listado de referencia)
 - Definición de objetivos a lograr y trackeo en los sitios de los resultados que genere la pauta en redes sociales que derivan a sitios propios.
 - Propuestas de optimización de contenido de sitios desde elementos como banners, artículos, o videos a los que derive la pauta.
 - Seguimiento de las métricas en los sitios a raíz de las acciones en redes sociales, con el fin de confirmar o redefinir la estrategia de pauta.

3. Requisitos obligatorios

Además de todos los requisitos formales establecidos en el pliego general, serán considerados requisitos excluyentes:

- Acreditar antecedentes en estrategia de pauta en medios digitales, gestión de comunidades digitales, desarrollo y ejecución de posteos,
- Detallar el equipo asignado al desarrollo de estas tareas.

4. Requisitos deseables

No son requisitos obligatorios pero se considerará positivamente acreditar experiencia con organizaciones educativas o tecnológicas. A los efectos de esta acreditación serán tenidos en cuenta los antecedentes presentados en el portafolio correspondiente y en el sitio oficial del postulante si así lo desea.

5. Presentación de ofertas

Se solicita que la presentación de ofertas se desglose en 3 áreas de servicio. Se asignará un único adjudicatario por la oferta global de los 3 ítems.

1-Desarrollo de estrategia de comunicación en redes sociales.

Abarca:

- Analizar el ecosistema digital actual
- Proponer lineamientos de gestión
- Elaboración de manuales o similar para transmitir esos lineamientos.

Detallar:

- Propuesta de plan de trabajo.
- Equipo a designar.
- Antecedentes.
- Costo mensual.

2- Gestión de pauta patrocinada en redes sociales.

Abarca:

- Propuesta de optimización de rubro asignado o sugerencia de rubro.
- Control de sitios propios a los que deriva la pauta.
- Administración de inversión y seguimiento de consumo.
- Reportes de seguimiento de objetivos establecidos.

Detallar:

- Propuesta de plan de trabajo.
- Equipo a designar.
- Antecedentes.
- Costo mensual.

3- Gestión de posteos orgánicos en redes sociales.

Abarca:

- Community manager full time.
- Elaboración de posteos en base a criterios institucionales.
- Reportes de seguimiento de objetivos establecidos.

Detallar:

- Propuesta de plan de trabajo.
- Equipo a designar.
- Antecedentes.
- Costo mensual.

Se entiende por Propuesta de plan de trabajo: Descripción del servicio ofrecido y de la propuesta de modalidad de trabajo conjunto con el equipo de Ceibal.

Se entiende por Equipo a designar: Profesionales a cargo del desarrollo estratégico y de la atención cotidiana de las necesidades requeridas.

Se entiende por Antecedentes: Trabajos similares más destacados, con acceso a material que lo acredite.

Se entiende por Costo mensual: El rubro a abonar por dicho servicio, de forma fija todos los meses, durante el período de vigencia del contrato adjudicado.

6. Cotización y precios

El presupuesto debe ser expresado en pesos uruguayos con impuestos desglosados. El importe debe corresponder al costo mensual. El plazo de contratación será por 1 año renovable automáticamente por otro año más salvo preaviso de alguna de las partes no inferior a 30 días. Sin perjuicio de lo anterior cualquiera de las partes podrá dejar sin efecto el contrato anticipadamente y sin responsabilidad con un preaviso no inferior a 60 días. La cotización debe incluir los costos directos e indirectos. Es necesario completar el siguiente cuadro:

ESTRATEGIA DIGITAL	Presupuesto mensual en \$ sin IVA	IVA	Presupuesto con IVA
Desarrollo de estrategia de comunicación en redes sociales.			
Gestión de pauta patrocinada en redes sociales.			
Gestión de posteos orgánicos en redes sociales.			
TOTAL			

Adicionales

Servicios que podrán ser considerados de forma puntual en caso de ser requeridos.

1 - Coberturas de eventos en vivo con servicio ampliado de Community Managers.

Abarca:

- Presencia en eventos para seguimiento con posteos en tiempo real en todas las redes.
- Desarrollo de fotos o audiovisuales al servicio de los posteos que se vayan realizando.
- Gestión de envío de contenidos relevantes a actores claves involucrados, como ser autoridades u organismos socios, para que ellos puedan utilizar estos materiales en el desarrollo de posteos desde sus propias cuentas oficiales.

Detallar:

- Propuesta de plan de trabajo.
- Equipo a designar.
- Antecedentes.
- Costo puntual por cada contratación.

2 - Streaming en vivo de eventos vía redes sociales.

Abarca:

- Presencia en eventos para streaming en vivo
- Ediciones posteriores para uso en posteos de redes sociales

Detallar:

- Propuesta de plan de trabajo.
- Equipo a designar.
- Antecedentes.
- Costo puntual por cada contratación.

7. Criterio de evaluación de ofertas

Para el análisis de las propuestas se considerarán los siguientes criterios:

- **Antecedentes:** Referencias de trabajos realizados anteriormente. A estos efectos se deberá agregar cartas de clientes, trabajos similares, datos de contacto, etc con el fin de evaluar los antecedentes.
- **Propuesta y equipo:** Evalúa la estrategia y modalidad de trabajo propuesta, así como el equipo de trabajo asignado, a cuyos efectos deberán aportarse los CVs.
- **Oferta:** Evalúa el costo mensual del servicio ofrecido.

Se considerarán los aspectos de la siguiente forma:

- **Antecedentes: 20%**
(antigüedad 10%, análisis de proyectos similares a los solicitados 10%)
- **Propuesta y equipo: 50%**
(propuesta de plan de trabajo 30%, equipo asignado 20%,)
- **Oferta económica: 30%**
(costo mensual del servicio 30%)

8. Propiedad intelectual

Centro Ceibal será el único titular de los derechos de autor y propiedad intelectual de todo lo creado en el marco del presente llamado y contratación.

El oferente deberá asegurar que las creaciones y obras realizadas serán originales y no infringen derecho alguno de Propiedad Intelectual o Industrial de terceros, así como tampoco derechos de imagen y/o protección de datos personales de participantes. En este contexto la empresa contratada será la única responsable por acciones legales y/o reclamaciones de cualquier naturaleza que puedan originarse en relación con la originalidad y autoría de las obras, materiales, imágenes, etc, realizadas en el marco del presente llamado, y responderá de los daños y perjuicios, multas, penas, costas, costos, gastos causídicos, honorarios de abogado, gastos, y cualesquiera otras pérdidas que pudieren irrogar a Ceibal por tal motivo.