

# Pliego de licitación

## Gestión completa de redes sociales para DrupalCamp Madrid

*Mastodon, Instagram y LinkedIn*

Versión: 1.0 | Fecha: 2 Julio de 2026

|                         |  |
|-------------------------|--|
| Entidad convocante      | Asociación Española de Drupal  |
| Evento                  | DrupalCamp Madrid 2026   |
| Objeto                  | Contratación del servicio integral de gestión de redes sociales del evento |
| Plazo de presentación   | 16/07/2026   |
| Contacto para consultas | <a href="mailto:asociación@drupal.es">asociación@drupal.es</a>             |

### 1. Objeto de la licitación

El presente documento tiene por objeto solicitar propuestas económicas y técnicas para la gestión completa de las redes sociales de DrupalCamp Madrid 2026, incluyendo estrategia, planificación, creación de contenidos, publicación, cobertura presencial durante el evento, coordinación con la organización, contenidos accesibles e inclusivos, y reporting final.

### 2. Contexto del servicio

La DrupalCamp es un evento de comunidad tecnológica vinculado a Drupal, el software libre y el ecosistema open source. La comunicación deberá mantener un tono cercano, claro, comunitario, inclusivo y profesional, equilibrando la visibilidad de comunidad, ponentes, agenda, patrocinadores y asistentes.

### 3. Alcance general

- Gestión completa de redes sociales en Mastodon, Instagram y LinkedIn (red social principal).
- Comunicación íntegramente en español e inglés
- Planificación de 16 semanas previas al evento.
- Cobertura presencial durante 3 días con 1 persona dedicada.
- 10 publicaciones posteriores al evento.
- Creación de contenido incluida según el apartado 6.
- Reuniones regulares de seguimiento de 1 hora cada dos semanas.
- Contenido accesible e inclusivo.
- Flujo de aprobación de contenidos.
- Informe final de resultados.

## 4. Canales incluidos

| Canal     | Uso previsto   | Consideraciones   |
|-----------|--|---|
| Mastodon  | Comunidad, conversaciones, anuncios y difusión técnica.                          | Tono comunitario y adecuado al ecosistema open source.                  |
| Instagram | Contenido visual, stories, ambiente, recordatorios y cobertura en directo.       | Uso de formatos visuales, stories, reels o clips cortos cuando aplique. |
| LinkedIn  | Comunicación profesional, ponentes, patrocinadores, agenda e impacto del evento. | Tono profesional y orientado a comunidad tecnológica y organizaciones.  |

## 5. Volumen de publicaciones requerido

| Fase              | Volumen                              | Descripción   | Observaciones  |
|-------------------|--------------------------------------|---|--|
| Pre-evento        | 3 posts semanales durante 16 semanas | 24 publicaciones base, adaptadas a Mastodon, Instagram y LinkedIn.                      | La propuesta deberá aclarar si se considera publicación base adaptada o publicación independiente por canal. |
| Durante el evento | Cobertura en directo durante 3 días  | Publicaciones en tiempo real, stories, menciones, etiquetas y contenido de ambiente.    | 1 persona presencial dedicada a redes sociales.  |
| Post-evento       | 10 publicaciones                     | Agradecimientos, recap, cifras, sponsors, ponentes, comunidad y materiales posteriores. | Adaptadas a los canales incluidos.   |

## 6. Creación de contenido incluida

- Redacción de copias.
- Adaptación del mensaje por canal.
- Diseño de creatividades.
- Edición básica de fotografía.
- Edición de vídeo corto.
- Subtitulado de vídeos.
- Diseño y uso de plantillas reutilizables.
- Búsqueda, síntesis y tratamiento de información sobre ponentes, sesiones y patrocinadores.
- Preparación de contenidos alineados con el tono del evento.
- Ajustes derivados del flujo de aprobación acordado.

## 7. Cobertura presencial

- Cobertura presencial en Madrid durante 3 días de evento.
- 1 persona dedicada a redes sociales.
- Captura de contenido ligero para publicaciones en directo.
- Publicación de stories, posts rápidos y contenidos de seguimiento del evento.
- Coordinación operativa con la organización durante las jornadas.
- Gestión de menciones, etiquetas y reposts relevantes durante la cobertura.

La oferta deberá indicar expresamente si incluye desplazamientos, dietas, disponibilidad horaria, tiempos de descanso y coste de posibles horas adicionales.

## 8. Reuniones y coordinación

- Reuniones de seguimiento de 1 hora cada dos semanas durante el periodo de preparación.
- Estimación inicial: 4 reuniones durante las 8 semanas previas.
- Coordinación operativa por la herramienta acordada con la organización.
- Seguimiento de calendario editorial, aprobaciones, necesidades de información y dependencias.

## 9. Accesibilidad e inclusión

- Textos alternativos en imágenes relevantes.
- Subtítulos en vídeos.
- Lenguaje inclusivo y respetuoso.
- Contraste adecuado en las creatividades.
- Información clara y comprensible.
- Cuidado del tono comunitario y no excluyente.
- Alineación con el código de conducta del evento cuando proceda.

## 10. Flujo de aprobación

La propuesta deberá incluir un flujo de aprobación que contemple como mínimo:

- Entrega previa del calendario editorial.
- Validación de copies y creatividades antes de su publicación.
- Plazos mínimos de revisión por parte de la organización.
- Número de rondas de cambios incluidas.
- Canal de feedback y responsables de aprobación.
- Criterios para contenidos en directo que puedan publicarse sin aprobación previa.
- Procedimiento de aprobación rápida durante los días de evento.

## 11. Exclusiones del alcance principal

- Gestión de campañas de pago.
- Inversión publicitaria.
- Gestión de crisis.
- Producción audiovisual profesional completa.

- Fotografía profesional.
- Grabación profesional de vídeo.
- Aftermovie.
- Entrevistas producidas.
- Traducción a otros idiomas.
- Gestión de canales distintos de Mastodon, Instagram y LinkedIn.

## 12. Partida audiovisual separada

Se solicita que la producción audiovisual profesional se presente como partida económica separada del servicio principal. La propuesta podrá incluir una o varias opciones:

| Opción     | Contenido orientativo   |
|------------|---|
| Básica     | Fotografía profesional durante 2 días y selección de imágenes editadas.                     |
| Intermedia | Fotografía profesional, clips verticales para redes y banco de imágenes.                    |
| Completa   | Fotografía, vídeo, clips, entrevistas rápidas, aftermovie y entrega de materiales editados. |

La oferta deberá aclarar derechos de uso, entrega de material bruto, formatos finales, plazos de entrega y condiciones de reutilización para futuras ediciones.

## 13. Entregables mínimos

- Plan de comunicación.
- Calendario editorial.
- Copies por canal.
- Creatividades finales.
- Plantillas reutilizables.
- Publicaciones programadas o listas para publicar.
- Cobertura presencial durante 2 días.
- 10 publicaciones post-evento.
- Informe final de resultados.
- Recomendaciones para futuras ediciones.

## 14. Informe final y métricas

- Alcance e impresiones.
- Interacciones y engagement.
- Clics, si se utilizan enlaces trackeados.
- Crecimiento de comunidad por canal.
- Publicaciones con mejor rendimiento.
- Rendimiento comparado entre Mastodon, Instagram y LinkedIn.
- Menciones, etiquetas y uso de hashtag.

- Aprendizajes y recomendaciones.

## 15. Contenido de la propuesta que deberá presentar el proveedor

1. Descripción del enfoque.
2. Metodología de trabajo.
3. Equipo asignado y experiencia relevante.
4. Desglose económico por partidas.
5. Detalle de entregables incluidos.
6. Calendario de trabajo propuesto.
7. Necesidades de información por parte de la organización.
8. Condiciones de derechos de uso de materiales.
9. Partida audiovisual separada.
10. Supuestos, exclusiones y costes adicionales.

## 16. Criterios de valoración sugeridos

| Criterio                        | Peso sugerido | Aspectos a valorar  |
|---------------------------------|---------------|---|
| Calidad técnica de la propuesta | 30%           | Estrategia, metodología, entendimiento del evento y claridad del plan.                            |
| Experiencia relevante           | 10%           | Eventos tecnológicos, comunidades open source, eventos con patrocinadores y cobertura en directo. |
| Accesibilidad e inclusión       | 25%           | Aplicación real de buenas prácticas en contenidos.  |
| Precio                          | 30%           | Adecuación económica, desglose y transparencia.   |
| Valor añadido                   | 5%            | Ideas adicionales, mejoras de proceso o formatos innovadores.                                     |

## 17. Calendario orientativo

| Hito                                    | Fecha / plazo |
|---|---------------|
| Publicación de la licitación            | 2 Julio 2026  |
| Fecha límite para consultas             | 16 Julio 2026 |
| Fecha límite de presentación de ofertas | 16 Julio 2026 |

|                              |  |
|------------------------------|--|
| Adjudicación prevista        | 16 Julio 2026                                    |
| Inicio del servicio          | 12 semanas antes del evento (mediados de Agosto) |
| Días de cobertura presencial | 19-21 Noviembre 2026                             |
| Entrega de informe final     | 30 Noviembre 2026                                |

## 18. Formato de presentación de la oferta

- Documento técnico en PDF o formato editable.
- Presupuesto desglosado por partidas.
- Partida audiovisual separada.( Edición básica de fotografía. Edición de vídeo corto y Subtitulado de vídeos)
- Portfolio o referencias de trabajos similares.
- Identificación del equipo asignado.
- Condiciones de facturación, validez de la oferta e impuestos aplicables.

## 19. Consultas y presentación de ofertas

Las consultas y ofertas deberán remitirse a:

- Email: [asociacion@drupal.es](mailto:asociacion@drupal.es)
- Persona de contacto: Montaña Franco González-Quijano
- Asunto recomendado: Licitación redes sociales DrupalCamp Madrid 2026

## 20. Anexo: resumen ejecutivo del alcance

| Elemento                  | Requisito  |
|---------------------------|--|
| Canales                   | Mastodon, Instagram y LinkedIn                   |
| Idioma                    | Español  |
| Pre-evento                | 3 posts semanales durante 8 semanas              |
| Evento                    | Cobertura presencial de 1 persona durante 2 días |
| Post-evento               | 10 publicaciones                                 |
| Reuniones                 | 1 hora cada dos semanas                          |
| Campañas de pago          | No incluidas                                     |
| Gestión de crisis         | No incluida                                      |
| Audiovisual profesional   | Presupuesto separado                             |
| Accesibilidad e inclusión | Incluidas  |
| Aprobación de contenidos  | Incluida   |