

**PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS RELATIVAS AL CONTRATO PARA LA
PRESTACIÓN DE UN SERVICIO CREACIÓN DE CONTENIDOS DIGITALES Y
GESTIÓN DE REDES SOCIALES PARA LA FUNDACIÓ BARCELONA MOBILE WORLD
CAPITAL FOUNDATION**

Exp. A/F202319/S

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS

1. OBJETO DEL CONTRATO

El objeto del contrato consiste en la prestación de un servicio de creación de contenidos digitales y gestión de redes sociales, en los términos y condiciones definidos en este pliego y en su caso, en el pliego de cláusulas particulares, comprendiendo el desarrollo y la ejecución de los planes y acciones de comunicación digital y creación de contenidos con el objetivo difundir la imagen, la actividad y las iniciativas de MWCcapital y los temas clave que se definan, ser el garante de la reputación digital de MWCcapital e incrementar el engagement.

Para el correcto desarrollo del contrato, el equipo de MWCcapital y el contratista establecerán una metodología de trabajo compartida por la que la organización podrá tener acceso en tiempo real a toda la documentación o material que se genere y de forma totalmente editable.

El contrato tiene tres áreas de actuación:

- I. Estrategia, planificación y gestión de contenidos
- II. Desarrollo, producción y adaptación de piezas de contenido a formatos y canales
- III. Propuestas de difusión, seguimiento y monitorización de contenido

A continuación, se detalla la relación de servicios de estas tres áreas de actuación a prestar por el contratista:

I. ESTRATEGIA, PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE CONTENIDOS

i. Auditoría de contenidos y canales

El contratista trabajará con el equipo de comunicación de MWCcapital un análisis que permita establecer un punto de partida sobre el que empezar a trabajar un plan de contenidos.

La auditoría debe incluir: un análisis de audiencia por canales, un *benchmark* de competencia local e internacional, identificación de cuentas referentes, valoración de la actividad y propuesta de mejora, entre otros campos que el contratista pueda considerar.

Asimismo, la auditoría debe considerar la identificación y mapeo de perfiles con reconocimiento global relacionados con las temáticas tratadas. En base a este mapeo, se efectuará una búsqueda activa de líderes de opinión nacionales e internacionales para realizar contenidos (formatos a concretar) en el ámbito de la tecnología, tech transfer, talento y sociedad.

ii. Definición territorios de contenidos, canales y audiencias

Definición de temáticas, formatos, canales de difusión, lenguajes y tono a través de canales digitales propios y redes de terceros. Este apartado incluye la identificación de territorios de contenido según los criterios y temáticas marcadas por el equipo editorial, de relevancia y con especial foco en la actualidad informativa. El equipo editorial estará formado por integrantes del equipo de comunicación y especialistas técnicos de MWCcapital cuándo se requiera.

También incluye el análisis cuantitativo y cualitativo sobre los territorios, keywords, hashtags, temáticas de actualidad y otros contenidos en relación con los intereses comunicativos de MWCcapital. Además, debe incluir la segmentación y definición de contenidos según perfil de la audiencia y la propuesta continua de mejoras para maximizar el impacto en los públicos objetivo del programa.

iii. Elaboración del plan de contenidos y reuniones de agencia

El contratista trabajará con el equipo de comunicación de MWCcapital en el **plan de contenidos digitales** que MWCcapital necesite, tanto a nivel corporativo, como para cada iniciativa o acción que lo requiera. El plan de contenidos debe incluir objetivos a medio y largo plazo, y una propuesta de estrategia, acciones, plan para incrementar la notoriedad, construir reputación y generar engagement para contribuir a la implicación y participación de los públicos objetivos en la actividad de MWCcapital.

La estrategia debe contemplar acciones de contenido digital, community management, contenido especializado (opinión, sectorial, análisis...), acciones con líderes de opinión y cualquier acción cualitativa que el contratista pueda plantear en el ámbito de la comunicación digital. Por lo tanto, se pueden requerir tres grandes tipos de acciones:

- Acciones creativas y *campañables* que puedan tener una periodicidad determinada, anual o no, y que permitan abordar los ejes clave del plan de contenidos que se acordaran entre el contratista y el equipo de comunicación de MWCcapital. Estas pueden ser de utilidad para reforzar el nuevo plan estratégico de MWCcapital y el posicionamiento de la nueva marca que se lanzará en otoño.
- Contenidos de continuidad vinculados a la actividad de MWCcapital.
- Proyección de futuro inmediato mediante la creación de contenidos, por ejemplo, a 5 años vista, sobre tendencias sectoriales que se acordaran entre el contratista y el equipo de comunicación de MWCcapital.

El contratista deberá plantear también una propuesta de **narrativa global** transversal en todas las plataformas que otorgue coherencia a los contenidos y transmita la vinculación con MWCcapital y sus valores en cada canal. Los contenidos anuales se deben apalancar también en los grandes eventos de la Fundación, como pueden ser MWC, Tech&Play o Jump2Digital, por lo que estos eventos (espacio, contenido, ponentes o cualquiera de las actividades que incluyan) se deben concebir como una oportunidad para transmitir la narrativa global y generar contenido de valor a utilizar más allá de las coberturas en directo. En definitiva, se deben entender los eventos como un espacio en el que difundir los contenidos del plan y donde generar contenidos de primer nivel más allá del puro directo/actualidad de estos.

En base al plan anual, se efectuará una revisión trimestral, siempre de forma coordinada entre la Fundación y el contratista. El plan contemplará el dimensionamiento y equipo necesario para cada acción, teniendo en cuenta tanto el equipo interno de MWCcapital, el equipo de la agencia o incluso, los equipos de comunicación de partners, patronos o terceros, con el objetivo de contemplar, siempre, a todos los implicados en los procesos de comunicación.

MWCcapital llevará a cabo reuniones presenciales con el contratista de manera regular o, en su defecto, telemáticas, como mínimo, una vez a la semana. Será responsabilidad del contratista elaborar el correspondiente informe de cada reunión.

iv. Community management

Construir y administrar la comunidad online de MWCcapital en sus múltiples canales de social media aportándolos beneficios a través de la compartición de contenidos e informaciones de interés y gestionar relaciones estables y duraderas con los seguidores, partners y stakeholders clave del proyecto.

Otras tareas pueden ser monitorear y responder activamente a los comentarios y mensajes de los seguidores y mantener una imagen positiva de la marca en línea.

En concreto, se requiere:

- preparación de los contenidos digitales, definición de los copys de los posts (en estilo y audiencia/segmento, inclusión de links propios, etc.), adaptación del contenido a los diferentes canales, tratamiento de fotografías elegidas y, producción y edición de video mojo. Para todo esto no solo hay que coordinarse con los equipos de comunicación y marketing de MWCcapital, sino con los responsables de área o directores cuándo se requiera.

- Definición de una política de hashtags que cubra los diferentes espacios de audiencia.
- Creación y mantenimiento de comunidades de usuarios activos de las redes sociales (listas, grupos, comunidades identificadas por hashtags, etc.).
- Creación de toolkits y rutinas periódicas con terceros para compartir contenidos de valor, eventos o cualquier pieza digital estratégica para sus webs, newsletters o redes sociales en catalán, castellano o inglés.
- Se requiere el uso de herramientas de medida e impacto de las publicaciones en las redes sociales, a través de diferentes indicadores que se pactaran entre la agencia y el equipo de comunicación de MWCcapital, que permitan una información íntegra, rápida y efectiva para medir el impacto. El acceso a estas herramientas debe ser compartido entre agencia y el equipo de comunicación de MWCcapital.
- Por último, el profesional que ejerza como community manager podrá ejercer tareas de apoyo ante posibles retransmisiones en directo o falsos directos que se decida emitir por redes sociales. Más allá de este posible soporte técnico, su rol contempla la cobertura de estos eventos -desde ruedas de prensa a presentaciones o eventos clave de mayor magnitud- para generar el contenido que se pueda requerir y difundirlo en redes sociales o la propia web de MWCcapital.

Es conveniente explicitar que el contratista tendrá acceso a todos los canales (web y redes sociales) para la ágil gestión de cualquier acción o publicación requerida en el día a día de esta labor como community manager.

v. Seguimiento de la actualidad

Monitorización y seguimiento de la actualidad en redes sociales que se acotará y definirá entre el contratista y el equipo de comunicación de MWCcapital con el objetivo de estar al tanto de contenidos clave y poder reaccionar y aportar valor a la marca.

Esta información se comunicará por el canal o forma que se decida con el objetivo de poder reaccionar con la mayor rapidez posible y poder aprovechar las oportunidades comunicativas asociadas a la actualidad.

II. DESARROLLO, PRODUCCIÓN Y ADAPTACIÓN DE PIEZAS DE CONTENIDO A FORMATOS Y CANALES

Teniendo en cuenta que la presente licitación contempla la creación de contenido para web y redes sociales, la adaptación del plan de contenidos al canal o canales que corresponda y las tareas de community management asociadas, con el objetivo de consolidar MWCcapital como un brand media, se requiere asimismo del contratista lo siguiente:

- Una calendarización y desarrollo concreto de contenidos semanales en base al trabajo previo de segmentación e identificación de audiencias y canales.
- Adaptación de cualquier tipo de contenido al lenguaje de cada plataforma, con un tono directo, empático, divulgativo, fresco y transversal para facilitar la comprensión e interacción de los usuarios.
- Garantizar un flujo mínimo de publicaciones sin saturar a las audiencias, ya que se desea posicionar la marca MWCcapital mediante contenido de valor y diferencial (adaptaciones de gráficas, contenido exclusivo, etc.) difundido en entornos, formatos y momentos en los que las audiencias están predispuestas a interactuar con ellos.
- Contemplar la naturaleza plurilingüe (catalán, castellano e inglés) de MWCcapital y sus iniciativas a la hora de definir cualquier plan de contenidos.

A continuación se detallarán algunos formatos a los que adaptar el contenido, si bien se podrán adaptar, eliminar o proponer otros en el caso de que el contratista quiera exponer alternativas o revisar, en caso de que irrumpa una nueva tendencia o formato que sea conveniente valorar (como, por ejemplo, el uso de nuevas tecnologías, formatos y tendencias para generar contenidos disruptivos).

Por lo anterior nótese que no se concretan las tipologías de formato por canal (por ejemplo: no se piden reels, stories o clips para TikTok, sino que se pide formatos de video corto, que el contratista deberá sugerir como adaptar en base al contenido y plataforma).

Asimismo, en el detalle de formatos que sigue, y para dimensionar el volumen de actividad anual recurrente, se establece una estimación de los extremos que en cada tipología de formato o contenido se pueden demandar.

i. Periodismo digital (mojo) y cobertura de actualidad de MWCcapital

Cantidad estimada: 12-15 coberturas anuales que se distribuirán en función de las necesidades comunicativas del momento.

Contenido: Con el objetivo de mejorar la cobertura de los proyectos y actividades que se impulsan desde MWCcapital, se contempla la necesidad de realizar contenidos desde móvil para agilizar procesos y dinámicas de comunicación. En este sentido, se podrá recurrir a la creación de videos e imágenes o la retransmisión de la actividad en cuestión si lo requiere.

El tono, dinámicas y visual se concretarán entre contratista y equipo de MWCcapital. En base a la importancia del acto o tema a cubrir, se definirá si se requiere la

presencia del community manager o no. En caso negativo, se le proporcionarán las imágenes o vídeos necesarios.

Esta vocación de acercar los contenidos al periodismo digital debe contemplar la adaptación de redaccionales o copias previamente preparados a la actualidad o desarrollo de los hechos si es que es necesaria.

ii. Vídeos cortos

Cantidad estimada: 5-7 piezas de producción propia al mes. Esta cifra es orientativa por lo que estas cantidades pueden ser acumulables para meses con una mayor necesidad, por ejemplo, coincidiendo con MWC.

Contenido: Conceptualización y edición de piezas audiovisuales de formato dinámico y atractivo, de aproximadamente 1 minuto. El contenido debe introducir conceptos y hechos informativos de relevancia, así como temas de actualidad, e impulsar el debate con la audiencia.

Se acordará previamente el enfoque de la temática para cada una de las piezas y MWCcapital facilitará en acceso a imágenes propias en bruto cuándo sea posible para la edición que se requiera. En caso de no disponer de video en bruto y decidir que el video en cuestión es necesario, el contratista deberá usar imágenes de recurso/banco de imágenes o plantear cualquier solución creativa que permita su ejecución.

Además, deberán seguir las *guidelines* creativas de MWCcapital o de cada una de las iniciativas que se requiera para las posibles adaptaciones por canal y formato en caso de que sea necesario.

iii. Entrevistas clave a expertos y líderes de opinión

Cantidad estimada: 6-7 anuales con el objetivo de generar un contenido bimensual que se pueda alargar y consumir en diferentes formatos. Se requiere una séptima pieza para posibles contenidos extraordinarios que sean de interés.

Contenido: Con el objetivo de generar piezas de alto valor añadido para las audiencias que se definan 6-7 entrevistas VIP anuales. La prioridad es el contenido, por este motivo, el contratista deberá contemplar cuál es el mejor formato para acceder al personaje que se apruebe y mostrar la conversación o insights generados.

Estas entrevistas pueden ser presenciales u online siempre que sigan el formato que se defina para generar un producto homogéneo, reconocible y notorio.

Los entrevistados se concretarán entre el contratista y el equipo de comunicación de MWCcapital.

A nivel operativo, a parte de la grabación y edición que pueda requerir, el contratista deberá incluir subtítulos (el idioma se concretará en base a audiencias, canales, etc.) y compartir la transcripción. El vídeo final que se entregará durará aproximadamente cuatro minutos o lo que el contratista proponga siempre que argumente una propuesta más adecuada y se realizará también una versión *teaser*, ya sea en formato imagen o vídeo.

iv. Gráfico

Cantidad estimada: las adaptaciones o creatividades que se tengan que desarrollar dependen del plan de contenidos que se defina, por lo tanto, no se pueden cuantificar y se acordaran entre el contratista y el equipo de MWCcapital.

En base a los formatos estandarizados que genere el equipo de Marketing y diseño de MWCcapital, el contratista aplicará los que requiera para el buen desarrollo de las tareas de community management. En caso de requerir algún formato, filtro o aplicativo gráfico nuevo que no esté ya previsto, el contratista podrá plantear su creación al equipo de comunicación de MWCcapital.

Contenido: Con el objetivo de garantizar la inmediatez de contenidos, el contratista dispondrá de formatos validados sobre los que editar copy e imagen sin interferir en el branding oficial, identidad visual o distribución de logos de partners de un posible evento. Por ejemplo, se contemplan banners, caretas para inicio o cierre de videos, etc.

Por lo tanto, se requieren capacidades para realizar actividades asociadas al diseño gráfico, creación de infografías, ilustraciones digitales, maquetación, tratamiento de fotografías... para adaptar las plantillas a diferentes soportes.

Asimismo, si el contratista requiere piezas gráficas más avanzadas para el buen desarrollo del plan de contenidos y las labores de community management deberá contemplar la petición al equipo de marketing de MWCcapital dentro de sus calendarios para que este las pueda desarrollar e incorporar así en la planificación prevista.

v. Redaccionales

Cantidad estimada: 6-7 redaccionales en profundidad anuales con el objetivo de generar un contenido bimensual que se pueda alargar y consumir en diferentes formatos. Se requiere una séptima pieza para posibles contenidos extraordinarios que sean de interés.

Los redaccionales recurrentes, piezas cortas o contenido textual que se requiera dentro del plan de contenidos y las tareas de comunicación digital se definirán entre el contratista y el equipo de comunicación de MWCcapital.

Contenido: El contratista y MWCcapital definirán juntos la tipología de artículos redaccionales que se llevaran a cabo, pero se deben contemplar los siguientes extremos:

- Artículos en profundidad o de análisis.
- Entrevistas
- Artículos de consumo rápido, como tendencias, rankings, capsulas de contenido, etc.

Se deberá optimizar el ciclo de vida de los artículos por lo que el community manager deberá aprovechar su publicación para maximizar el impacto de estos contenidos, generar tráfico e interacciones efectivas con la audiencia, especialistas implicados o posibles stakeholders mencionados en los contenidos.

El contratista deberá entregar el contenido final aprobado tanto en catalán, como en castellano e inglés, y colgarlo en la web de MWCcapital siguiendo las instrucciones que se le proporcionen. El contratista debe contemplar la opción de compartir estos contenidos en cualquiera de los canales de MWCcapital.

vi. Cápsulas de audio

Para no limitar la creatividad del contratista, se contempla un formato de audio con una periodicidad a determinar que aporte un producto diferencial para MWCcapital en este formato, para una audiencia concreta dentro del espectro de públicos de MWCcapital y que ayude a transmitir los nuevos valores de la Fundación vinculados a la futura presentación del plan estratégico que se está trabajando.

En este sentido, se conciben como unas cápsulas no solo de actualidad, sino más de carácter divulgativo y muy creativo. No se establecen condicionantes, ni a nivel de tipología, idioma o de duración. Las piezas finales a desarrollar se acordarán siempre entre MWCcapital y el contratista.

vii. Marketing de influencers

Identificación de los influencers adecuados en función de las acciones o eventos definidos, la negociación de los términos de la colaboración, la creación de contenido en conjunto y el seguimiento del rendimiento de la campaña. Esta labor se hará en coordinación con el equipo de PR de MWCcapital.

El contratista no deberá asumir los costes de la colaboración con un determinado influencer en caso de que los haya. No se requieren una cantidad determinada de colaboraciones con influencers o líderes de opinión, sino que formarán parte de la planificación de contenidos que se acorde entre el contratista y MWCcapital.

Por otra parte, para cada líder de opinión, *influencer* o equivalente que se identifique, el contratista deberá rellenar la BBDD de MWCcapital con los siguientes campos: Nombre, Apellidos, Canal, Representante, Teléfono, correo electrónico y perfiles en redes sociales, sin perjuicio de que puedan contenerse otras informaciones específicas en función de la base de datos y que puedan ser de utilidad, como la temática que trata u otros canales/medios con los que colabora.

La actualización y mantenimiento de la BBDD corresponderá al contratista y será una herramienta compartida de manera que MWCcapital tendrá acceso a esa BBDD en todo momento.

3. PROPUESTAS DE DIFUSIÓN Y SEGUIMIENTO Y MONITORIZACIÓN DE CONTENIDO

3.1. Difusión en redes sociales

El contratista deberá aportar contenido específico para la difusión de las piezas de comunicación derivadas del plan a través de los canales de MWCcapital en Twitter, LinkedIn, Instagram, TikTok (inactivo actualmente), más los canales de programas o iniciativas concretas, y utilizando como repositorio de contenidos a las siguientes plataformas: Youtube, Flickr, Spotify y Vimeo.

Hace falta plantear una dinamización constante de cada canal con acciones adaptadas al *target* de cada uno de ellos. Asimismo, tal como se detalla anteriormente, el idioma establecido para cada canal se pactará en base al plan general final. Actualmente, a título ilustrativo, se utiliza el inglés para comunicación de proyectos internacionales (con partners internacionales o que pasan en el extranjero), y catalán y castellano en función del alcance y socios de proyecto.

Los canales de difusión y su frecuencia aproximada de publicación se especifican a continuación. Estos canales son los vigentes a fecha de publicación de la licitación, cosa que no implica que puedan activarse o desactivarse algunos de ellos:

a) **LinkedIn** (<https://www.linkedin.com/company/mwcapital>)

- Frecuencia de publicaciones: 3-5 posts semanales
- Formatos: a valorar tanto contenido para el feed como posibles directos.

- b) **Twitter** (<https://www.twitter.com/mwcapital>)
- Frecuencia de publicaciones: 4-6 posts semanales
 - Formatos: a valorar tanto contenido para el feed como posibles directos.
- c) **Instagram** (<https://www.instagram.com/mwcbarcelona>)
- Frecuencia de publicaciones: 1-2 posts semanales
 - Formatos: a valorar, tanto contenido para el feed, Stories, reels, broadcast channel, etc.
- d) **TikTok** (www.tiktok.com/@mwcapital)
- Canal inactivo con el handle bloqueado para cuando se decida activar. Se contempla en la presente licitación una fase de lanzamiento de canal que puede, por ejemplo, partir de un video quincenal. Posteriormente, dentro de esta licitación, se valorará actividad y frecuencia hasta definir una regularidad.

Canales de proyectos o iniciativas concretas:

- a) **LinkedIn** (<https://www.linkedin.com/company/thecollidertech>)
- Frecuencia de publicaciones: 1-2 post semanales
 - Formatos: Feed
- b) **LinkedIn** (<https://www.linkedin.com/company/digitalfuturesociety>)
- Frecuencia de publicaciones: 2-3 post semanales
 - Formatos: a valorar tanto contenido para el feed como posibles directos.
- c) **Twitter** (https://www.twitter.com/dfs_mwc)
- Frecuencia de publicaciones: 1-2 posts semanales
 - Formatos: a valorar tanto contenido para el feed como posibles directos.
- d) **Instagram** (<https://www.instagram.com/bdtalent>)
- Frecuencia de publicaciones: al tratarse de un canal en proceso de cambio, es complejo establecer una periodicidad determinada. Pero, sin contemplar la época vinculada al evento (noviembre-diciembre), se plantea el contenido de este canal como un mecanismo de consolidación del mismo, teniendo en cuenta que arrastra audiencia anterior y tiene una época con un pico muy destacado fuera de la presente licitación. Por lo tanto, se estima 1-2 posts semanales asociados a la presente licitación.
 - Formatos: a valorar, tanto contenido para el feed, Stories, reels, etc.

El handle de este canal migrará a otra denominación vinculada a Jump2digital.

Este canal cuenta con contenido propio fuera de la presente licitación asociado a la producción del evento Jump2Digital -noviembre 2023-. El contratista deberá conocer el plan de contenidos previsto para el evento -que no gestionará.

Por otra parte, el contratista sí deberá gestionar el canal fuera de la campaña del evento -noviembre y diciembre 2023-, esto implica la posibilidad de difundir contenidos asociados al talento digital durante el año a la audiencia de este canal o alargar contenidos del evento durante todo el año. No se conocen las fechas de 2024, pero serán similares a 2023.

e) **Instagram** (<https://www.instagram.com/techandplaycommunity>)

- Frecuencia de publicaciones: al tratarse de un canal en proceso de consolidación, es complejo establecer una periodicidad determinada. Pero, sin contemplar la época vinculada al evento (abril-mayo 2024), se estima 1-2 posts semanales asociados a la presente licitación.
- Formatos: a valorar, tanto contenido para el feed, Stories, reels, etc.

Este canal cuenta con contenido propio fuera de la presente licitación asociado a la producción del evento Tech&Play -abril 2024-. El contratista deberá conocer el plan de contenidos previsto para el evento -que no gestionará-.

Por otra parte, el contratista sí deberá gestionar el canal fuera de la campaña del evento -abril y mayo 2024-, esto implica la posibilidad de difundir contenidos asociados al talento digital durante el año a la audiencia de este canal o alargar contenidos del evento durante todo el año.

3.2. Seguimiento y monitorización de las acciones

Se llevarán a cabo reuniones presenciales de manera regular, con una periodicidad a definir, junto con otras agencias y proveedores implicados en el proyecto, por lo que se exigirá trabajo en equipo y disposición resolutive al trabajo colaborativo.

La labor de creación de contenidos y gestión de redes sociales implica la evaluación continua de los resultados de las comunicaciones orgánicas, así como recomendaciones específicas para una mejora continua en las diferentes acciones realizadas.

Se requiere el establecimiento y seguimiento de KPIs cualitativos y cuantitativos, correspondientes al conjunto de la actividad descrita en este pliego.

Por lo tanto, el contratista:

- Preparará informes de la actividad de comunicación con periodicidad acordada entre ambas partes (mensual, trimestral, anual o por acción/campaña que se requiera). Los informes incluirán siempre un análisis de la repercusión directa y/o de impactos.

También presentará el correspondiente informe de analítica y repercusión en redes sociales de todas las acciones y su impacto, oportunamente cuantificado y detallado. Evolución de seguidores, engagement, interacciones o la ratio de publicaciones, además de las publicaciones con mayor impacto, son elementos básicos de este tipo de documento. El contenido final de dichos informes se acordará entre la Fundación y el contratista.

- El contratista y MWCcapital trabajarán con las herramientas de productividad Office 365 (o similares), tanto para la gestión de contenidos como para el seguimiento o posible analítica, y conjuntamente definirán canales de comunicación y cómo estructurar el repositorio en los espacios compartidos para ello.

4. TRADUCCIONES

Las traducciones al catalán/inglés/castellano de todo el contenido digital que se requieran quedan incluidas en el precio del contrato. La calidad de las mismas es un factor de máxima importancia.

5. INTELIGENCIA ARTIFICIAL

La licitación permite el uso de herramientas de inteligencia artificial siempre que se comunique al equipo de MWCcapital y se agradecerá la labor de detección de nuevas herramientas y soluciones tecnológicas que aporten valor al desarrollo del plan de contenidos y community management.

6. EQUIPO DE TRABAJO

El contratista designará un interlocutor único que estará en contacto permanente con MWCcapital y que se responsabilizará de la comunicación y de la correcta prestación de los servicios. Asimismo, el contratista nombrará un responsable técnico que será el interlocutor con MWCcapital y que se responsabilizará de la correcta prestación de los servicios contratados. Para coordinar las actuaciones técnicas objeto del presente contrato, MWCcapital designará un/a responsable del contrato a través de quien se canalizarán las comunicaciones con el contratista.

Para garantizar la prestación de los servicios mencionados anteriormente, y sin perjuicio de que se necesite la intervención de otros perfiles profesionales de forma puntual, la estructura mínima deberá incluir a las siguientes personas:

- un (1) **director de cuentas**, con un mínimo de ocho (8) años de experiencia en la estrategia y gestión de clientes en el ámbito digital/tecnológico con experiencia demostrable en gestión de proyectos complejos (múltiples audiencias, tonos distintos, presencia institucional, entre otros).
- Un (1) **redactor**, con un mínimo de cinco (5) años de experiencia, con competencias de síntesis, pensamiento crítico y adaptabilidad a canales, con foco en contenido. Esta figura requiere un nivel de inglés mínimo de Advanced o titulación equivalente.
- Un (1) **community manager**, con un mínimo de tres (3) años de experiencia, con capacidad creativa para plantear nuevos formatos, adaptables a diferentes canales y experiencia en la creación de contenidos mojo. Esta figura requiere un nivel de inglés mínimo de Advanced o titulación equivalente.
- Un (1) **creativo**, con un mínimo de tres (3) años de experiencia en la creación y propuesta de soluciones gráficas y adaptación a diferentes formatos y canales.

Al margen de estos perfiles, el contratista deberá tener la capacidad de poner al servicio de necesidades específicas del proyecto otros perfiles y recursos humanos y técnicos de manera puntual.

7. PROPIEDAD INTELECTUAL

Todos los trabajos, documentos, ficheros, programas, materiales audiovisuales, videos en crudo etc., realizados como consecuencia de la ejecución del contrato, serán propiedad de MWCcapital.

Cualquier uso posterior a la finalización del contrato por parte del contratista deberá ser expresamente autorizado por la Fundación.

8. CONFIDENCIALIDAD

El contratista está obligado a implantar los mecanismos y controles necesarios para garantizar la confidencialidad, privacidad, integridad y continuidad de la información de MWCcapital, y de darlos a conocer a su personal.

El contratista queda expresamente obligado a mantener absoluta confidencialidad y reserva sobre cualquier dato que pudiera conocer como consecuencia de la participación en la presente licitación, o, con ocasión del cumplimiento del contrato, especialmente los de

carácter personal, que no podrán copiar o utilizar como finalidad diferente a las que la información tiene designada.

Asimismo, será responsable de las violaciones del deber de secreto que se puedan producir por parte del personal a su cargo y se obliga a aplicar las medidas necesarias para garantizar la eficacia de los principios de mínimo privilegio y necesidad de conocer, por parte del personal participante en el desarrollo del contrato.

9. IMAGEN CORPORATIVA

Cualquier servicio del contrato deberá cumplir con las directrices indicadas/aprobadas por MWCcapital.

.....

Barcelona, a 11 de octubre de 2023



Laia Corbella

Chief Communications and Corporate Affairs Officer de MWCcapital