

**DISEÑO Y GESTIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN DE DISTRIBUCIÓN DE LAS MASCOTAS PARA LA UNIVERSIDAD DE ALCALÁ Y GESTIÓN DEL PLAN DE CONMEMORACIÓN DEL 25 ANIVERSARIO DE PATRIMONIO MUNDIAL**

**PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS**

**1. OBJETO DEL CONTRATO**

El Contrato tiene por objeto la contratación de un servicio integral para el diseño y gestión del plan de acción de la distribución de las mascotas para la universidad y la gestión del Plan del 25 aniversario del nombramiento de la Universidad como Patrimonio de la Humanidad que incluye la estrategia de planificación, creación, campañas, actos y producción y adaptación de todos los materiales y soportes promocionales que la Universidad de Alcalá necesite desarrollar en la gestión de ambos planes.

**2. CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DEL SERVICIO**

En el marco de la estrategia general de comunicación de la Universidad de Alcalá se ha elaborado un plan concreto para el Área de Deporte y Cultura, para lo cual se han creado dos mascotas cuyos derechos son propiedad de la Universidad de Alcalá, así como para promocionar el plan de conmemoración del 25 aniversario.

La distribución y desarrollo para su uso de las mascotas responde a los objetivos incluidos en el plan estratégico 2023/2024 de la Universidad y que se enmarcan en potenciar el deporte, la vida saludable y la cercanía a los estudiantes.

En cuanto al plan de conmemoración relacionado con el 25 aniversario del nombramiento de Patrimonio Mundial, se responde a una promoción institucional y también estratégica para dar a conocer la historia de la universidad.

**3. DESCRIPCIÓN DE LAS ACCIONES A REALIZAR:**

A continuación, se enumeran las tareas que realizará el adjudicatario del contrato.

- GESTION DEL PLAN de mascotas:** Se deberán realizar los siguientes contenidos con la mascota, la cual será facilitada a aquellas empresas que manifiesten expresamente su interés en licitar remitiendo un mail a [dir.gabineterector@uah.es](mailto:dir.gabineterector@uah.es) y aportando declaración de confidencialidad respecto a la misma:
  - Campaña de comunicación para difusión de las mascotas
  - Creación del perfil de las mascotas en distintas Redes Sociales: Instagram, Youtube, TikTok, twitter, y cualesquiera otras redes (en adelante RRSS).
  - Creación de 12 piezas de contenidos adaptados a redes. Se calcula uno por mes.
  - Creación y diseño de 2 activaciones audiovisuales al mes y 3 piezas creativas.
- PRODUCCIÓN de piezas** para desarrollar el Plan de acción que incluya lo siguiente:
  - Producción física de las mascotas (escala marionetas y escala humana). Se trata de dos mascotas con personalidad propia con lo que se multiplican por dos tanto la producción física como las digitales, con conversaciones y comentarios.
  - 24 vídeos para RRSS.
  - Todos los recursos gráficos para RRSS.
  - Reserva para producción creativa.
  - Campañas de comunicación para RRSS relacionadas con los eventos deportivos de la Universidad.

<b>Código Seguro De Verificación</b>	LNSBkbHDpyBLLWzO4IMApA==	<b>Estado</b>	<b>Fecha y hora</b>
<b>Firmado Por</b>	Cristina Crespo Palomares	Firmado	29/05/2023 10:02:43
<b>Observaciones</b>		<b>Página</b>	1/5
<b>Url De Verificación</b>	<a href="https://vfirma.uah.es/vfirma/code/LNSBkbHDpyBLLWzO4IMApA==">https://vfirma.uah.es/vfirma/code/LNSBkbHDpyBLLWzO4IMApA==</a>		
<b>Normativa</b>	Este documento ha sido generado en formato digital y se ha firmado electrónicamente. Si está consultando una copia impresa del certificado, puede comprobar su autenticidad contrastándolo con la versión digital del mismo.		



El adjudicatario del contrato deberá establecer una estrategia de comunicación para dotar de relevancia e inherencia a las mascotas universitarias. Dicha estrategia debe contar con un análisis del contexto, de la categoría y de los diferentes públicos, tanto internos como externos, a los que se quiere impactar. También se deberán establecer de forma clara los objetivos que se persiguen y hacerlo por cada uno de los públicos a los que se quiere influir.

Una vez realizada la estrategia, deberán plantear las diferentes piezas creativas que formarán parte de las actividades de las mascotas.

El adjudicatario deberá proporcionar tanto la idea como los textos para, como mínimo, las siguientes piezas:

- Creación del perfil en IG/TW/TikTok/YT de Hormona y Neurona
- 12 post/mes (144 año) en estos canales de comunicación
- 2 actividades audiovisuales/mes
- 3 activaciones creativas presenciales/año

El adjudicatario deberá también supervisar la producción de todos estos materiales responsabilizándose de la calidad final del producto de comunicación.

El adjudicatario seguirá un calendario de trabajo que le entregará la Universidad tras la formalización del contrato y donde se incluirán los plazos de entrega y ejecución a cumplir. Este calendario se diseñará de acuerdo al calendario académico y las actividades deportivas.

A continuación, se detallan como referencia los llevados a cabo en el curso universitario 2022/2023:

#### **Campeonatos de Madrid Universitarios:**

- Ligas Deportes de Equipo.
  - Voleibol ♂♀
  - Balonmano ♂
  - Fútbol Sala ♀♂
  - Baloncesto ♀♂
- Periodo competición: Octubre – Febrero
- Deportes individuales.
  - Cross: febrero
  - Karate: febrero
  - Vóley-playa: marzo

#### **Eventos deportivos Internos de la Universidad**

- Copa Rector: finales en marzo
- Liga Interna de futbol 7: mayo
- Torneo Pádel universitario: junio
- Semana Deportiva CCAFYDE: Mayo

#### **Clausura del Deporte Universitario de Alcalá:**

Este acto se realiza para dar reconocimiento a todos los deportistas y personas que hayan realizado alguna actividad relacionada con el deporte universitario merecedora de ser reconocida públicamente.

- o Mes de junio

**Todos los originales confeccionados en el marco de este contrato pasarán a ser propiedad de la Universidad que podrá utilizarlos en cuantas acciones desee, sin límite de tiempo (con todos los derechos de modelos de las mascotas y las piezas creativas desarrolladas.**

<b>Código Seguro De Verificación</b>	LNSBkbHDpyBLLWzO4IMApA==	<b>Estado</b>	<b>Fecha y hora</b>
<b>Firmado Por</b>	Cristina Crespo Palomares	Firmado	29/05/2023 10:02:43
<b>Observaciones</b>		<b>Página</b>	2/5
<b>Url De Verificación</b>	<a href="https://vfirma.uah.es/vfirma/code/LNSBkbHDpyBLLWzO4IMApA==">https://vfirma.uah.es/vfirma/code/LNSBkbHDpyBLLWzO4IMApA==</a>		
<b>Normativa</b>	Este documento ha sido generado en formato digital y se ha firmado electrónicamente. Si está consultando una copia impresa del certificado, puede comprobar su autenticidad contrastándolo con la versión digital del mismo.		



3. **PLAN CONMEMORACIÓN 25 ANIVERSARIO PATRIMONIO MUNDIAL.** El adjudicatario diseñará una estrategia de comunicación, creatividad y gestión que ejecute el Plan de Conmemoración diseñado por la Comisión de Patrimonio.

El adjudicatario realizará las siguientes acciones:

- Estrategia, creatividad y gestión de 3 acciones (campañas específicas) con sus eventos:
  - o Acción 1: Concierto institucional en el Patio de Santo Tomás
  - o Acción 2: Homenaje a la Sociedad de Condueños
  - o Acción 3: Celebración Día del Patrimonio Mundial
- Apoyo al equipo de relaciones públicas de la UAH que difunda estas acciones entre los medios de comunicación:
  - o Acción 1: Concierto con presencia de SSMM los Reyes de España
  - o Acción 2: Homenaje a la Sociedad de Condueños
  - o Acción 3: Celebración Día del Patrimonio Mundial
- Soporte transversal de Redes Sociales durante todo el aniversario para el resto de actividades.
- Diseño y definición de la identidad visual de todas las actividades.
- PRODUCCIÓN de piezas para desarrollar el Plan de acción, se contempla un plan de producción adaptadas los actos/eventos relacionados con las acciones:
  - o Acción 1: Concierto institucional en el Patio de Santo Tomás
  - o Acción 2: Homenaje a la Sociedad de Condueños
  - o Acción 3: Celebración Día del Patrimonio Mundial

#### 4. RECURSOS MATERIALES Y HUMANOS.

Con el fin de que la relación entre la UAH y el adjudicatario sea fluida y el servicio se preste en óptimas condiciones, el adjudicatario designará un **coordinador**, como representante e interlocutor ante la UAH, que se encargue de la gestión y seguimiento de las distintas acciones a realizar y que deberá estar en todo momento localizable y deberá acudir presencialmente a las dependencias de la UAH cuando así se requiera, de acuerdo a lo que se indique en cada momento, y en el plazo máximo de 2 horas.

El adjudicatario **deberá disponer de los recursos humanos y técnicos necesarios para llevar a cabo la prestación del servicio** en las **condiciones y plazos establecidos**.

El adjudicatario gestionará a todos los equipos relacionados con el plan de comunicación mediante un único gestor de proyectos que velará por cumplir con todos los hitos que se establezcan para la realización del objeto del contrato.

Para todo ello, el adjudicatario deberá destinar como mínimo el siguiente equipo:

- **Director de proyecto:** la persona que se responsabilizará del proyecto en su conjunto y, por parte del adjudicatario, será el que tome las últimas decisiones sobre esta materia. Deberá tener una experiencia de más de 15 años de trabajo. Deberá haber ocupado cargos de dirección como director de proyectos en los últimos 5 años.
- **Supervisor de cuentas:** la persona que gestionará la interlocución con el cliente y coordinará la realización de trabajos. Deberá contar con al menos 15 años de experiencia demostrada en la gestión de proyectos similares a los del objeto del contrato.
- **Director creativo senior:** persona que coordinará a las diferentes disciplinas creativas y será el responsable de la calidad creativa de las piezas. Deberá tener una experiencia de más de 20 años en el ámbito de la publicidad. 10 años de experiencia como director creativo ejecutivo.

<b>Código Seguro De Verificación</b>	LNSBkbHDpyBLLWzO4IMApA==	<b>Estado</b>	<b>Fecha y hora</b>
<b>Firmado Por</b>	Cristina Crespo Palomares	Firmado	29/05/2023 10:02:43
<b>Observaciones</b>		<b>Página</b>	3/5
<b>Url De Verificación</b>	<a href="https://vfirma.uah.es/vfirma/code/LNSBkbHDpyBLLWzO4IMApA==">https://vfirma.uah.es/vfirma/code/LNSBkbHDpyBLLWzO4IMApA==</a>		
<b>Normativa</b>	Este documento ha sido generado en formato digital y se ha firmado electrónicamente. Si está consultando una copia impresa del certificado, puede comprobar su autenticidad contrastándolo con la versión digital del mismo.		



- **Director creativo:** persona que coordinará a las diferentes disciplinas creativas y será la responsable de la calidad creativa de las piezas. Deberá tener una experiencia de más de 15 años en el ámbito de la publicidad. 10 años con experiencia como director creativo.
- **Head of art:** responsable del diseño visual de todas las piezas de comunicación. Deberá tener una experiencia de 15 años en el ámbito del diseño.
- **Head of social:** responsable de coordinar la gestión, la dinamización y la propuesta de contenidos de los canales de RRSS de las mascotas. Deberá tener una experiencia de más de 10 años en el ámbito de las RRSS.
- **Creative social media:** responsable de la creatividad de las acciones que se lleven a cabo en el ámbito de las RRSS de las mascotas. Deberá tener una experiencia de más de 5 años en el ámbito de las RRSS.
- **Producer gráfico:** responsable de coordinar con los proveedores externos la producción de las cuestiones gráficas, en especial, las propias mascotas. Deberá tener una experiencia de más de 20 años en el ámbito de la producción gráfica.
- **Producer eventos:** responsable de coordinar con los proveedores externos la producción de un evento, de cara a las 3 activaciones presenciales al año. Deberá tener una experiencia de más de 20 años en el ámbito de la producción de eventos.
- **Producer audiovisual:** responsable de coordinar la producción de los materiales audiovisuales con los proveedores externos. Deberá tener una experiencia de más de 5 años.

Para el proyecto del XXV aniversario, además del equipo anterior se necesitará como mínimo:

- **Director de relación con los medios:** se encargará de la relación con los medios. Se requerirá un licenciado o grado en periodismo con más de 20 años de experiencia.

Durante la ejecución del contrato se realizarán reuniones presenciales de seguimiento de las acciones, con la periodicidad que determine la Universidad, con un mínimo de una cada 15 días.

El adjudicatario deberá presentar tantas pruebas gráficas y/o audiovisuales de cada campaña como sean necesarias para su aprobación por parte del Gabinete del Rector y el Departamento de Comunicación.

Durante la ejecución de cada acción de comunicación, publicidad y/o marketing, el adjudicatario deberá realizar cuantas propuestas, modificaciones o ajustes sean necesarios para asegurar la continuidad y el éxito de la misma, atendiendo a los plazos necesarios para el cumplimiento de los hitos que sean objeto del contrato.

El adjudicatario deberá presentar con carácter mensual al Gabinete del Rector y el Departamento de Comunicación la relación de acciones realizadas y guardar copia durante todo el contrato de los trabajos realizados para presentar siempre que sean requeridos.

En caso de que se requiera la realización de alguna acción con carácter urgente, o como consecuencia de algún tipo de incidencia durante la ejecución del contrato, el adjudicatario a través del coordinador y de las personas que designe, atendiendo a la acción o incidencia de que se trate, deberá personarse en las instalaciones de la Universidad en un tiempo máximo de 2 horas.

La UAH será quien autorice cualquier cambio o modificación de las condiciones en que se desarrollen los trabajos especificados en este pliego y en las ofertas aceptadas. Cualquier circunstancia imprevista, deberá ser comunicada y en su caso, aprobada por la Universidad.

<b>Código Seguro De Verificación</b>	LNSBkbHDpyBLLWzO4IMApA==	<b>Estado</b>	<b>Fecha y hora</b>
<b>Firmado Por</b>	Cristina Crespo Palomares	Firmado	29/05/2023 10:02:43
<b>Observaciones</b>		<b>Página</b>	4/5
<b>Url De Verificación</b>	<a href="https://vfirma.uah.es/vfirma/code/LNSBkbHDpyBLLWzO4IMApA==">https://vfirma.uah.es/vfirma/code/LNSBkbHDpyBLLWzO4IMApA==</a>		
<b>Normativa</b>	Este documento ha sido generado en formato digital y se ha firmado electrónicamente. Si está consultando una copia impresa del certificado, puede comprobar su autenticidad contrastándolo con la versión digital del mismo.		



## **5. PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES Y COORDINACIÓN DE ACTIVIDADES EMPRESARIALES**

Tanto el contratista como las empresas subcontratadas o trabajadores autónomos contratados por éste cumplirán en el desarrollo de sus funciones con los requisitos legales que marca la Ley 31/1995 de Prevención de Riesgos Laborales y con el R.D 171/2004, de coordinación de actividades empresariales, en cada caso.

La empresa contratista informará con suficiente antelación al Servicio de Prevención de la UAH (servicio.prevencion@uah.es) cada vez que subcontrate trabajos a realizar en la propia UAH, con otra empresa o trabajador autónomo, indicando la forma de coordinación preventiva establecida entre ellos.

El contratista cumplirá asimismo con el procedimiento de coordinación de actividades empresariales vigente en la UAH en todo aquello que le sea aplicable.

En caso de que un trabajador de la empresa contratista sufra un accidente de trabajo mientras desempeña los servicios contratados por la UAH, la empresa contratista informará asimismo al Servicio de Prevención de la UAH a la mayor brevedad posible.

<b>Código Seguro De Verificación</b>	LNSBkbHDpyBLLWzO4IMApA==	<b>Estado</b>	<b>Fecha y hora</b>
<b>Firmado Por</b>	Cristina Crespo Palomares	Firmado	29/05/2023 10:02:43
<b>Observaciones</b>		<b>Página</b>	5/5
<b>Url De Verificación</b>	<a href="https://vfirma.uah.es/vfirma/code/LNSBkbHDpyBLLWzO4IMApA==">https://vfirma.uah.es/vfirma/code/LNSBkbHDpyBLLWzO4IMApA==</a>		
<b>Normativa</b>	Este documento ha sido generado en formato digital y se ha firmado electrónicamente. Si está consultando una copia impresa del certificado, puede comprobar su autenticidad contrastándolo con la versión digital del mismo.		

