

**SERVICIO DE COMUNICACIÓN
PARA EL EVENTO DE
CIBERSEGURIDAD CYBERCAMP
2014
EXP. 089/14**

**PLIEGO DE CARACTERÍSTICAS
TÉCNICAS**

ÍNDICE

1.	INTRODUCCIÓN	3
2.	ALCANCE Y OBJETO DEL CONTRATO	4
2.1.	Antecedentes	4
2.2.	Objeto	5
3.	REQUISITOS TÉCNICOS	6
3.1.	Consideraciones Previas	6
3.2.	Descripción de los trabajos	6
3.2.1.	Estrategia de comunicación	7
3.2.2.	Plan de comunicación	7
3.2.3.	Implementación de las acciones de comunicación incluidas en el Plan	9
3.2.4.	Elaboración de Informes de evaluación y resultados	14
3.2.5.	Difusión	14
3.3.	Equipo de Trabajo	15
3.3.1.	Composición	15
3.3.2.	Perfiles del equipo de trabajo	15
3.4.	Dirección y seguimiento de los trabajos	16
3.4.1.	Flujo de trabajo	16
3.4.2.	Reuniones de seguimiento	17
3.5.	Forma de ejecución	19
3.5.1.	Lugar de realización de los trabajos	19
3.5.2.	Soporte técnico	19
3.5.3.	Obligaciones de información y documentación	19
3.6.	Hitos de facturación	20
3.7.	Control de calidad y garantía definitiva de los trabajos	20
4.	PRESENTACIÓN DE LAS OFERTAS TÉCNICAS	22
4.1.	Datos generales	22
4.2.	Formato de la propuesta técnica (sobre nº 2)	22
4.2.1.	Plan de comunicación	22
4.2.2.	Planificación de acciones y espacios	23
4.2.3.	Propuesta de contenidos de las acciones de comunicación	23
4.2.4.	Portal Web	24
5.	CRITERIOS DE VALORACIÓN	25

1. INTRODUCCIÓN

El **Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación, S.A.**, (en adelante INTECO), sociedad dependiente del Ministerio de Industria, Energía y Turismo (MINETUR) a través de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información (SETSI), es la entidad de referencia para el desarrollo de la ciberseguridad y de la confianza digital de ciudadanos, red académica y de investigación española y empresas, especialmente para sectores estratégicos.

Como centro de excelencia, INTECO es un instrumento del Gobierno para desarrollar la ciberseguridad como motor de transformación social y oportunidad para la innovación. Para ello, con una actividad basada en la investigación, la prestación de servicios y la coordinación con los agentes con competencias en la materia, INTECO lidera diferentes actuaciones para la ciberseguridad a nivel nacional e internacional.

La misión de INTECO es por tanto reforzar la ciberseguridad, la confianza y la protección de la privacidad en los servicios de la Sociedad de la Información, aportando valor a ciudadanos, empresas, Administración, red académica y de investigación española, sector de las tecnologías de la información y las comunicaciones y sectores estratégicos en general.

La visión de INTECO es conseguir sus objetivos mediante:

- a. El compromiso de profesionales altamente cualificados, comprometidos con sus proyectos y capaces de generar valor e innovación de forma continua.
- b. La dinamización del sector TIC, desde una perspectiva de igualdad de oportunidades, generando nuevos negocios y oportunidades para clientes, proveedores y profesionales.
- c. El soporte a los ciudadanos, administraciones, RedIRIS junto con sus instituciones afiliadas y sectores estratégicos, claves para un desarrollo de las nuevas tecnologías con un alto impacto social.
- d. La generación de inteligencia en ciberseguridad como medio necesario para el desarrollo de tecnologías y conocimiento a aplicar en nuevas herramientas y estrategias.
- e. La promoción y generación de talento en materia de ciberseguridad dinamizando la investigación de primer nivel que ya realizan importantes agentes públicos y privados en España, poniendo en valor las infraestructuras y el conocimiento disponible.

2. ALCANCE Y OBJETO DEL CONTRATO

2.1. ANTECEDENTES

La «estrategia española de seguridad nacional 2013¹» (ESN), establece como línea de acción estratégica *Promover la capacitación de profesionales, impulsar el desarrollo industrial y reforzar el sistema de I+D+i en materia de Ciberseguridad*. Esta línea de acción contempla las iniciativas que es necesario acometer para alcanzar y mantener el adecuado nivel de capacitación en ciberseguridad de los profesionales (conocimientos y competencias) e impulsar la industria y la I+D+i españolas.

Por otro lado, la «*Agenda Digital Española*»² (ADpE):

- A través del *Plan de Confianza en el ámbito Digital*³ (PCD) hace suyo el mandato conjunto de la Agenda Digital para España, de la Estrategia Europea de Ciberseguridad y de la Estrategia de Seguridad Nacional para avanzar en los objetivos conjuntos de construir un clima de confianza que contribuya al desarrollo de la economía y la sociedad digital. El PCD se estructura en varios ejes, siendo el V de ellos, el Programa de excelencia en Ciberseguridad (PECS) *el instrumento que contribuirá a poner a disposición del mercado un mayor número de profesionales especializados en ciberseguridad, contribuyendo a la dinamización de la investigación de primer nivel que ya realizan importantes agentes públicos y privados en España, poniendo en valor las infraestructuras y el conocimiento disponibles en INTECO*.
- Establece el desarrollo de un *Plan de Desarrollo e Innovación del sector TIC*⁴ con el objetivo general de mejorar la competitividad de las industrias del sector, a través de mecanismos de concurrencia competitiva e impulso del desarrollo de la I+D+i para superar los retos planteados en la evolución hacia una economía y una sociedad digital.

El PCD tal y como indica su medida 24, pretende explorar la viabilidad y la oportunidad de organizar un evento de ciberseguridad de gran envergadura en el que participarían los alumnos más destacados de los programas formativos de ciberseguridad en España y los mejores talentos internacionales, para promover la inmersión en tareas y retos avanzados de ciberseguridad y los grupos de investigación colaboradores. El objetivo fundamental del evento es la detección y promoción de talento en ciberseguridad.

Para el análisis de viabilidad, INTECO realizó un “Estudio de la viabilidad, oportunidad y diseño de un evento en ciberseguridad de gran envergadura” mediante una metodología abierta y colaborativa y en el que involucró a los actores más relevantes en las diferentes fases, desde el diseño y a lo largo de todo el ciclo de vida del evento.

¹ http://www.lamoncloa.gob.es/NR/rdonlyres/0BB61AA9-97E5-46DA-A53E-DB7F24D5887D/0/Seguridad_1406connavegacionfinalaccesiblebpdf.pdf

² www.agendadigital.gob.es

³ <http://www.agendadigital.gob.es/planes-actuaciones/Paginas/plan-confianza-ambito-digital.aspx>

⁴ <http://www.agendadigital.gob.es/planes-actuaciones/Paginas/plan-sector-tic.aspx>

Si bien dicho Estudio cuenta con valiosa información se hace necesario contar un servicio de definición de la estrategia de comunicación para la creación de un plan de marketing global, de comunicación, de relaciones y de medios que permita publicitar y dar a conocer el evento de ciberseguridad y atraer participantes al mismo.

El evento CyberCamp se celebrará en Madrid la primera semana de diciembre de 2014, y prevé la participación de más de mil jóvenes, educadores y personas que deseen contribuir al desarrollo de las competencias profesionales en ciberseguridad.

La presente licitación forma parte de la campaña autorizada por la respectiva Orden Ministerial y Acuerdo de Consejo de Ministros de fecha 19 de septiembre de 2014, conforme al procedimiento de tramitación de Campañas de publicidad institucional que se realicen por la Administración General del Estado, sus Organismos autónomos, Entidades gestoras y Servicios comunes de la Seguridad Social y demás Entidades públicas estatales incluidas en el artículo 206.1 del texto refundido de la Ley de Contratos del Sector Público, aprobado por Real Decreto Legislativo 3/2011, de 14 de noviembre.

2.2. OBJETO

El objetivo final del evento es potenciar un polo de atracción de talento para la formación de futuros profesionales e investigadores a través de la colaboración con diversas instituciones y la realización de actividades que permitan aumentar el interés y detectar el talento temprano en el ámbito de la ciberseguridad.

Para la consecución de este objetivo, se define como objeto del presente contrato, la **contratación de un servicio de asistencia en la organización y apoyo a la planificación e implementación de un plan de comunicación para el evento de ciberseguridad CyberCamp 2014** con el objetivo de:

- **Atraer asistentes** al evento, maximizando y optimizando la cobertura del mismo.
- **Crear una comunidad** de talento en ciberseguridad.
- **Difundir la cultura** de la ciberseguridad entre el público más joven en el ámbito español.

Para facilitar todo esto, la estrategia de comunicación se deberá apoyar en el portal Web del evento (actualmente en desarrollo), como punto central de comunicación para la detección, atracción y promoción del talento, orientada a diferentes jóvenes talentos, en diferentes medios y canales, con óptima cobertura e impacto.

Como actividades complementarias destinadas a potenciar la visibilidad de la convocatoria CyberCamp, se desarrollará una fase de ejercicios o retos online que los participantes podrán realizar durante los meses previos a la realización del evento presencial y a modo de competición, debiendo servir al propósito de difusión del CyberCamp. Esta competición online se divulgará coincidiendo con el mes de la ciberseguridad que se celebra en octubre y que coordina la Agencia Europea de Seguridad de la Información (ENISA) alineándose con sus iniciativas *NIS Driver License* y *Cyberchallenges*. Igualmente los días 28 y 29 de octubre INTECO organiza el *Encuentro Internacional de Seguridad de la Información* (ENISE) que facilitará asimismo la repercusión de la convocatoria del evento.

3. REQUISITOS TÉCNICOS

3.1. CONSIDERACIONES PREVIAS

En este apartado se describen los servicios, características y requisitos que conforman el objeto del contrato y que el adjudicatario deberá prestar, no siendo el listado que aparece a continuación una relación exhaustiva de las características de los servicios contratados, sino las líneas generales demandadas por INTECO, cubriendo a grandes rasgos los aspectos de tareas a realizar y resultados esperados.

Estos requisitos deben entenderse como mínimos pudiendo los licitadores ampliarlos y mejorarlos en sus ofertas. Las propuestas que ofrezcan características inferiores y que no cubran estos mínimos, no serán tomadas en consideración en el presente procedimiento de adjudicación. El licitador puede ofertar prestaciones superiores a las solicitadas, que se considerarán positivamente en la valoración técnica de la oferta.

El adjudicatario deberá aportar los conocimientos y metodologías así como apoyarse en las herramientas necesarias para asegurar un resultado óptimo.

El adjudicatario se obliga a guardar secreto y a hacerlo guardar al personal que emplee para la ejecución del contrato, respecto a toda la información de la Sociedad que con motivo del desarrollo de los trabajos llegue a su conocimiento, no pudiendo utilizarla para sí o para otra persona o entidad.

3.2. DESCRIPCIÓN DE LOS TRABAJOS

La difusión y comunicación que se realice se hará tanto en el ámbito nacional como internacional, lo que exige que en la mayoría de los casos se elaboren materiales y campañas en dos idiomas, inglés y español.

El público objetivo al que se dirige el evento serán jóvenes talentos, entre otros:

- estudiantes de niveles educativos medios⁵ (Bachillerato y Formación Profesional de Grado Medio y Superior) y superiores (estudios universitarios técnicos y alumnos interesados en la ciberseguridad),
- investigadores, docentes y profesionales relacionados con el área de la ciberseguridad,
- público interesado en general en la promoción del talento en la ciberseguridad y la confianza digital.
- Emprendedores e inversores susceptibles de impulsar proyectos empresariales de nueva creación en el ámbito de la ciberseguridad.

⁵ Los menores de edad deberán contar con autorización de sus padres/madres o tutores legales para la participación en el evento.

Se pretende el desarrollo de una estrategia coordinada sobre todas las actividades a elaborar y cuya relación aporte coherencia a todas y cada una de estas acciones.

La empresa adjudicataria deberá realizar los siguientes trabajos:

3.2.1. Estrategia de comunicación

La empresa adjudicataria deberá proponer una estrategia de comunicación priorizando objetivos, sugiriendo decisiones en cuanto a los contenidos y receptores de la información y estableciendo canales o herramientas de comunicación adecuadas para conseguir los objetivos propuestos. Esta estrategia tendrá que estar orientada al público objetivo y los agentes colaboradores, entendiendo por tales las organizaciones, emprendedores e inversores interesados en el impulso a proyectos de innovación y creación de empresas en el ámbito de la ciberseguridad.

Para todo ello, el adjudicatario deberá elaborar y ejecutar un plan de comunicación detallado que contemple distintas fases, con el fin de transmitir una visión global de todos los ámbitos de actuación del evento.

Por lo tanto, el adjudicatario deberá realizar las acciones de comunicación y difusión del evento que considere con dos claros objetivos: posicionar el evento en las agendas profesionales y captar un volumen importante de asistentes, estimados en la cifra de mil personas.

3.2.2. Plan de comunicación

El adjudicatario diseñará un plan de comunicación que cubra los objetivos del evento y definirá los mensajes a difundir en los diferentes canales de comunicación comprometiéndose a la ejecución del mismo.

La empresa adjudicataria deberá presentar a INTECO una propuesta de Plan de Comunicación que incluya todas las acciones que se llevarían a cabo desde el inicio del contrato, teniendo en cuenta la agenda prevista para el evento. Incluirá acciones con medios y comunicación online, e incluso puede implicar alianzas de comunicación con grupos o entidades con intereses afines.

Dicho plan contemplaría todas las acciones vinculadas al Evento. Es decir, el desarrollo y promoción del Evento, así como la participación de éste en certámenes de terceros, patrocinios, acuerdos de colaboración, etcétera. La comunicación en estas participaciones, podrá implicar redacción y envío de notas de prensa y gestión de entrevistas y, en menor medida, la celebración de ruedas de prensa o encuentros con los medios.

Este plan deberá ser aprobado por la dirección técnica de INTECO y podrá ser modificado según las necesidades y evolución del proyecto.

El Plan deberá cumplir con los siguientes requisitos:

3.2.2.1. Hitos de comunicación

La comunicación del evento se dividirá en tres momentos: previo al evento, durante el evento y posterior al mismo. Los tipos de comunicación en función de esto serán como mínimo los siguientes:

- a) Comunicación previa al evento, durante el periodo de septiembre a diciembre de 2014, el objetivo de la comunicación sería captar asistentes.

La comunicación durante este período se dirigirá a los medios especializados online y offline, comunidades, foros, universidades.

Para los medios de comunicación offline se realizarían tareas del tipo:

- Creación de base de datos de medios especializados en informática y seguridad.
- Elaboración de nota de prensa informativa del evento y ponentes que se enviará a los medios especializados.
- Gestión de entrevistas del portavoz del evento con medios especializados.

Medios de comunicación online:

- Envío de nota de prensa a medios online especializados en seguridad.
- Publicación en foros, blogs... la información referente al evento.
- Envío de información y nota de prensa a las asociaciones relacionadas con la seguridad informática.

Centros educativos:

- Creación de base de datos de centros educativos susceptibles de colaborar en la promoción del talento en ciberseguridad.
 - Elaboración de email informativo que se enviará a todas las facultades.
 - Elaboración de carteles informativos para que se cuelguen en las universidades.
- b) Comunicación durante el evento. Este período abarcaría los días en los que se celebra el evento de ciberseguridad.

En este apartado se contemplarán las acciones para difundir las actividades que se realicen durante el evento para lograr el objetivo de la notoriedad y posicionamiento del evento. Se crearán dossiers de prensa, notas de prensa diarias y se difundirá en medios de comunicación online y offline así como redes sociales y blogs que permitan potenciar la difusión del evento durante su celebración.

Además se enviará convocatoria de medios a los periodistas especializados para invitarles a que cubran el evento.

- c) Comunicación post evento. Este período se inicia una vez se haya terminado el evento y finaliza un mes después.

El contratista entregará un clipping con todas las noticias que haya generado el evento en los medios de comunicación convencional y online.

3.2.2.2. Enfoque internacional:

El evento CyberCamp ha sido planteado como un evento internacional y, como tal, debe considerarse en el Plan de Comunicación. El adjudicatario deberá planificar y ejecutar acciones para que el evento y su programa se difundan entre destinatarios de los medios de comunicación extranjeros especializados en ciberseguridad o aquellos de carácter más generalistas que tengan secciones o apartados referidos a ellos. Estas acciones se plantearán de forma más intensa en la Unión Europea, especialmente en los países geográfica y culturalmente más próximos a España, así como en América Latina y otras naciones que sean de relevancia para el desarrollo de alguno de los ámbitos del evento.

3.2.2.3. Medios de comunicación:

El adjudicatario deberá elaborar, en observancia de las disposiciones legales vigentes en materia de protección de datos, una base de datos que contemple la información de contacto con los periodistas de los diferentes medios de comunicación: prensa escrita, radio, televisión, medios digitales, medios especializados, suplementos, dominicales, blogs, etc. especificando el programa, magazín o sección. Dicha base de datos tendrá la estructura, formatos y contenidos exigidos por INTECO que se comunicarán en su momento al adjudicatario, una vez firmado el contrato.

La base de datos debe etiquetar y diferenciar los medios recopilados en función del subsector con el que se relacionan (generalistas, económicos, producción audiovisual, música, aplicaciones, juegos...), de forma que se puedan realizar acciones de comunicación segmentadas o globales. La base de datos se entregará periódicamente a INTECO, con actualizaciones, según se realicen actuaciones o aparezcan nuevos grupos de interés en el Plan de comunicación.

Al finalizar el contrato, el adjudicatario entregará a INTECO la versión final de la base de datos con la que se ha trabajado.

3.2.2.4. Prescriptores y creadores de opinión:

Asimismo, el adjudicatario realizará las labores de coordinación de las intervenciones públicas y actos de comunicación con aquellos agentes de opinión y prescriptores seleccionados por INTECO para colaborar en el despliegue de actividades (p.e. colaboración en canales de divulgación, redes sociales, participación directa en las actividades del CyberCamp).

3.2.3. Implementación de las acciones de comunicación incluidas en el Plan

El adjudicatario deberá realizar las acciones de comunicación y difusión del evento que sean aprobadas en el Plan de Comunicación con dos claros objetivos: posicionar el evento en las agendas profesionales y captar un volumen importante de asistentes.

Como mínimo, la empresa adjudicataria deberá asumir la realización de las siguientes tipos de acciones conforme a procedimientos estándar:

3.2.3.1. Ruedas de prensa:

El adjudicatario se ocupará de la organización de las ruedas de prensa vinculadas al Evento (convocatoria, seguimiento, medios técnicos, envío de la nota de prensa, atención inmediata a los medios en las horas posteriores a la rueda de prensa, etcétera), que se aprueben en el Plan de Comunicación o se programen en función de necesidades no previstas.

Durante el evento es habitual que las empresas e instituciones participantes convoquen encuentros con los medios de comunicación. Esta agenda de actos de prensa deberá ser coordinada por el adjudicatario, de forma que se eviten coincidencias en las convocatorias que interfieran en los intereses y objetivos de la organización. Asimismo, se deberá generar un contenido breve y general sobre el Evento, que acompañe las notas de prensa y otras herramientas de comunicación que generen estas empresas e instituciones, desde el marco del certamen; de modo que se unifique el mensaje del evento.

Las ruedas de prensa que se celebren fuera del marco del Evento, podrán tener lugar en espacios de instituciones públicas y/o vinculados a INTECO, pero seguirán siendo organizadas por el adjudicatario, siempre bajo supervisión de INTECO.

3.2.3.2. Materiales de comunicación:

El adjudicatario se encargará de la elaboración de los materiales de comunicación necesarios (notas de prensa, argumentarios, dossier de prensa, discursos, mensajes clave, etcétera) y del envío de estos, en formato digital o en papel, si es preciso, realizando todas las labores necesarias para asegurar su publicación en cada uno de los medios. Los materiales se enviarán en el plazo que estime el Director Técnico de INTECO o, en su defecto, de forma inmediata a la conclusión del acto.

Los materiales de comunicación se adecuarán a cada una de las acciones que se llevarán a cabo y su línea de contenidos armonizará con la visión general del Evento establecida en el Plan de Comunicación. Todos los materiales serán aprobados por el Director Técnico de INTECO antes de ser remitidos a los medios de comunicación.

Para el desarrollo de estos materiales de comunicación, el personal del equipo de prensa cubrirá todos los eventos y sesiones programados en la agenda del Evento.

De cara a la difusión internacional, los materiales de comunicación deberán estar traducidos al inglés en los casos en que sea necesario o solicitado por INTECO.

3.2.3.3. Seguimiento de prensa:

El adjudicatario realizará un seguimiento continuado de las noticias de prensa, internet, radio y televisión vinculadas al Evento que se remitirá al Director Técnico de INTECO.

Este seguimiento incluirá las noticias internacionales que se generen, en función de las acciones de comunicación que se desarrollen. Se deberá hacer especial énfasis en la localización y seguimiento de blogs relacionados con contenidos similares.

En esta línea se elaborará un Informe mensual de impactos en prensa a partir de la fecha de inicio del contrato y a lo largo de toda su duración. El adjudicatario deberá enviar a INTECO, un informe semanal de impactos que incluirá todas las informaciones publicadas en los diferentes medios de comunicación y en internet: prensa escrita, radio, televisión y medios digitales. Además se incluirán los clips tanto de radio (formato MP3 o equivalente) como en televisión (formato WMV o equivalente). El formato del clipping será propuesto por el adjudicatario y aprobado por INTECO.

3.2.3.4. Gestión de entrevistas:

El adjudicatario se ocupará de impulsar el mayor número posible de entrevistas, para lograr la máxima difusión sobre el evento. A estos efectos, INTECO designará los portavoces que estime oportunos, además de poder sugerir la intervención de algunos de los ponentes o empresas del sector participantes. Para la mejor gestión, el adjudicatario elaborará un *planning* que incorpore los portavoces y ponentes, su tiempo disponible y las entrevistas en programación o cerradas.

El adjudicatario deberá presentar, una vez adjudicado el contrato, una propuesta de gestión de entrevistas especificando el medio y la sección y/o programa en donde gestionarían las entrevistas, que se integrará en el Plan de Comunicación.

3.2.3.5. Generación y actualización de contenidos de la página web y sala de prensa virtual:

El adjudicatario será responsable de generar los contenidos –redactados específicamente para formato y lectura web (extensión de textos, enlaces, enumeraciones, ideas por frases...) de todas las actualizaciones de la página web del Evento CyberCamp, antes, durante y después del Evento y hasta la terminación del contrato, siempre bajo supervisión del Director Técnico de INTECO. Además será responsable de su traducción al inglés y de su subida a la web, para lo cual INTECO facilitará los correspondientes permisos y habilitará un procedimiento para la supervisión, validación y aprobación de contenidos a publicar.

Todos los primeros contenidos tendrán que estar subidos a la web en los plazos que se establecen de despliegue del Portal web para el Evento. En el caso de los materiales o contenidos que se refieran a una rueda de prensa, sesión o evento estarán publicados en la página web en el menor plazo posible. En la sala de prensa virtual del portal se incorporarán todos los materiales de comunicación (notas de prensa, dossieres, agenda, convocatorias, fotografías, vídeos...). En todo caso, este plazo nunca podrá superar las 24 horas.

La sala de prensa no debe tener limitaciones para subir el volumen de videos que sea necesario, presentaciones y otras piezas, o de generar nuevas secciones en su arquitectura de navegación, de forma sencilla.

Las distintas tipologías de contenidos deberán poder agruparse por temas a través de subsecciones y asociarse a etiquetas. Así, puede haber un apartado para notas de prensa, apartado para dossiers más extensos, apartado de vídeos (desde donde los medios audiovisuales descarguen el material que se genere durante el certamen o a lo largo del resto del año), apartado de fotografías (almacenadas en redes líderes en almacenaje y compartición de fotografías y videos en línea), etcétera. Estas subsecciones, a su vez, deben poder compartimentarse en los niveles que sean necesarios.

La sala de prensa incorporará también un buscador que permita localizar todos los contenidos alojados en la sección, mediante palabras clave. Esta herramienta debe incluir la posibilidad de aplicar filtros que permitan delimitar los parámetros de búsqueda (fecha, lugar, etcétera).

El adjudicatario, asimismo, se ocupará de monitorizar la página web en todo momento y realizar informes mensuales de tráfico general del portal, descargas, páginas más vistas, etcétera. Estos informes contendrán todos aquellos datos que permitan realizar un análisis eficaz de la evolución y usabilidad del portal (tasa de rebote en páginas estratégicas), procedencia de los internautas, uso por idiomas, etcétera.

La tipología de datos que recoja el informe deberá ser modificada siempre que INTECO requiera nuevos parámetros de análisis.

3.2.3.6. Social Media:

El adjudicatario gestionará también las redes sociales y el blog vinculado al Evento. Desde estas plataformas se lanzarán todos los contenidos de comunicación, hitos de la agenda del certamen y todos aquellos temas que resulten interesantes para el medio social digital. El Plan de Comunicación dedicará un apartado a proponer la gestión de las redes sociales y el blog.

En cualquier caso, dicho Plan debe contemplar trabajos diarios en la elaboración de contenidos para las redes sociales y el blog y en los momentos puntuales en que se realicen otras acciones de comunicación. El evento deberá tener operativas cuentas en las principales redes sociales incluyendo, como mínimo, Twitter, Facebook, LinkedIn, Google + y Youtube.

Todas ellas deberán monitorizarse constantemente y mantener un feedback inmediato a los usuarios. Se agradecerá a los usuarios que compartan nuestros contenidos y se dará la bienvenida a los nuevos seguidores. También se elaborará un protocolo de crisis básico para que los *community manager* sepan cómo actuar ante cualquier problema de comunicación, con el objetivo de evitar que contenidos negativos se viralicen.

Los comentarios del blog también se gestionarán de manera continuada y se monitorizarán las visitas.

El adjudicatario se ocupará de elaborar entre 3 y 6 boletines digitales que se remitirán a la base de datos del evento o se distribuirá a través de otros medios. Tras cada envío, el adjudicatario remitirá un breve informe de difusión.

La gestión de redes sociales implicará también que el adjudicatario elabore un informe de seguimiento sobre todas las cuentas del evento en redes sociales y el blog. Dicho informe se realizará y entregará a la conclusión del Evento y también de forma puntual al término de las distintas acciones de comunicación que se desarrollen.

3.2.3.7. Necesidades de contenidos audiovisuales para medios

El adjudicatario elaborará diariamente distintos contenidos audiovisuales y fotográficos, que se aprovecharán para difundir a los medios o dinamizar las distintas redes sociales y soportes digitales. Todas las sesiones y eventos de importancia (mesas redondas más destacadas, ruedas de prensa, etcétera) se aprovecharán para generar este tipo de materiales, que consistirán en unos recursos del Evento y una sucesión de totales, que permitan al periodista receptor o al equipo interno elaborar piezas con posterioridad.

Estos envíos tendrán una duración máxima de 1 minuto y se subirán a Internet (sala de prensa virtual del portal del evento) en el plazo máximo de 12 horas tras la conclusión de la actividad. Su formato será compatible con los medios e irá integrado en un sistema de descarga que resulte sencillo de utilizar y rápido. Cada video irá acompañado de un texto descriptivo, que refleje de forma detallada su contenido y minutado, facilitando así la labor a la prensa.

La zona de vídeos de la sala de prensa del portal del evento, incluirá un visor que permita a los periodistas la posibilidad de ver estos vídeos online, sin necesidad de descargarlos en alta resolución. El adjudicatario debe contar con una conexión con suficiente ancho de banda como para garantizar la subida de estos videos de forma rápida, al igual que la descarga por parte de los medios.

El adjudicatario realizará una labor de difusión por correo electrónico entre los medios audiovisuales sobre la existencia de la pieza, tanto previamente y como nada más disponer de ella en la web, con el objetivo de que todos los medios estén informados de su existencia y contenido. Los medios radiofónicos deben poder disponer de la pista de audio de estas piezas, siempre que lo soliciten.

El adjudicatario utilizará este material y los brutos que se generen para construir piezas breves, de edición sencilla, que se publicarán en el Canal de Youtube del evento y se subirán a la sala web. Dicho canal de Youtube será gestionado también por el adjudicatario durante el Evento.

Todas las sesiones que tengan lugar en el Evento deberán ser fotografiadas. Para ello, se contará con un equipo profesional, que además realice imágenes de carácter general y de detalle, que sirvan como recurso para futuras publicaciones. Las imágenes seleccionadas dirigidas a los medios se subirán a una red líder en almacenaje y compartición de fotografías

y videos en línea y a la sala de prensa virtual, en un periodo máximo de una hora tras la celebración de la actividad. El resto de imágenes se tendrán que subir progresivamente a lo largo del día.

Todas las grabaciones de las sesiones se almacenarán con calidad profesional, estando disponible la posibilidad para los medios de comunicación o agencias que puedan solicitarlo la posibilidad de acceder a cortes de vídeo (totales o recursos de corta duración) en calidad profesional, en un plazo máximo de media hora después de su solicitud.

La conexión o medios de difusión necesarios para la puesta a disposición de este material correrán a cargo del adjudicatario, y será su responsabilidad que sean suficientes para el cumplimiento de los requisitos establecidos.

El trabajo del equipo de comunicación deberá estar en todo momento coordinado con el equipo audiovisual, que realizará los resúmenes del Evento.

3.2.4. Elaboración de Informes de evaluación y resultados

El adjudicatario deberá elaborar, tras la celebración del evento, los siguientes informes de evaluación y resultados:

Informes generales finales, sobre todas las acciones de comunicación. Estos informes incluirán todos los impactos, y un resumen cuantitativo y cualitativo de apariciones en los medios de comunicación (prensa escrita, radio, televisión y medios digitales). Estos informes se entregarán al final de cada una de las acciones.

Finalmente se entregará, en el formato y en el tiempo establecido por INTECO, una memoria final que deberá contemplar la relación de acciones realizadas, los materiales generados y el informe de impactos explicado en el punto anterior.

El adjudicatario deberá presentar al Director Técnico de INTECO, **en un plazo máximo de 30 días naturales tras la celebración del Evento**, la totalidad de los informes descritos en este apartado. A estos efectos el adjudicatario designará un único interlocutor o Jefe de Proyecto en los términos establecidos en el apartado 3.6.2.1 del presente Pliego.

3.2.5. Difusión

El adjudicatario presentará a INTECO la planificación de la Difusión que va a realizar del portal del evento. Esta planificación debe indicar en qué portales se va a difundir y promover el curso (parcial o completo) y, para cada uno de ellos explicar, como mínimo:

- Portal.
- Motivo por el que se ha seleccionado dicho portal.

- Método de difusión que se va a emplear, por ejemplo, vídeo promocional, creación de banner, creación de nota/artículo, etc.
- Duración de la difusión.
- Impacto estimado.

Asimismo, también se ofrecerá una propuesta de difusión en redes sociales para conseguir maximizar el impacto.

3.3. EQUIPO DE TRABAJO

3.3.1. Composición

El equipo estará formado por el número de profesionales que la empresa adjudicataria considere necesario para satisfacer, con garantías, todas y cada una de las fases antes descritas y los productos y servicios indicados. De igual forma, el equipo podrá balancearse de tal forma que no todas las personas tengan que tener una dedicación total y exclusiva al proyecto durante toda la duración del mismo.

El adjudicatario deberá disponer de todo el personal necesario para cubrir todas las tareas que se especifican en este documento, e interactuar con el resto de profesionales que participen en la organización, siempre que sea necesario, como traductores, responsables de la agenda de actos, etcétera.

3.3.2. Perfiles del equipo de trabajo

Los profesionales que sean responsables de la ejecución del trabajo deberán disponer de la cualificación y experiencia necesaria para que se obtengan de forma satisfactoria los trabajos indicados:

- Conocimiento y experiencia más extensa en las técnicas de Marketing Directo, Marketing Relacional / CRM, M. Directo, y Social CRM.
- Experiencia en campañas a nivel global.
- Conocimiento demostrable del entorno tecnológico español.

Experiencia en los últimos 3 años en la creación, ejecución y seguimiento **planes de comunicación** que impliquen la creación de contenidos para prensa y medios audiovisuales, la difusión de éstos tanto en medios nacionales como internacionales y la gestión de portales de Internet, blogs y redes sociales.

El licitador deberá presentar una relación de estos servicios o trabajos realizados, incluyendo importe, fechas y el destinatario, público o privado, de los mismos.

3.3.2.1. Coordinador

Como parte del equipo propuesto por el adjudicatario, deberá existir un perfil que ejerza tareas de coordinación, interlocución o jefatura del proyecto.

A estos efectos el adjudicatario designará un responsable de Comunicación que coordinará todas las tareas, bajo supervisión de la dirección técnica de INTECO. Este responsable estará apoyado por un número suficiente de periodistas y técnicos audiovisuales profesionales. Éstos se encargarán de crear los materiales de comunicación (vídeo-comunicados, notas de prensa, etcétera), cubrir las ponencias y otros eventos, atender las peticiones de los medios, actualizar la sala de prensa virtual de la web, gestionar las acreditaciones, monitorizar y actualizar las redes sociales, etc.

3.3.2.2. Otros perfiles incluidos en el equipo de trabajo

El adjudicatario contará con azafatas o personal de atención destinado a cubrir a los periodistas en la zona de acreditaciones de los accesos y en la sala de prensa, así como un equipo técnico que genere y organice los materiales audiovisuales y fotográficos.

Los distintos espacios de trabajo del evento deberán estar atendidos por personal del equipo durante los momentos puntuales en que tenga lugar una actividad programada -como una rueda de prensa-, pero también cuando surjan necesidades puntuales imprevistas o haya presencia de medios de comunicación. El equipo que trabaje con los medios de comunicación atenderá aspectos como petición de entrevistas, acreditaciones, entrega de información, cobertura de actos, supervisión medios técnicos previstos, entre otros.

De cara a la relación con medios internacionales y al trato con ponentes extranjeros, se necesitará que alguna persona del equipo hable y escriba correctamente en inglés.

3.4. DIRECCIÓN Y SEGUIMIENTO DE LOS TRABAJOS

Desde INTECO se realizará una revisión de los trabajos generados y una validación de los mismos de manera continua, antes de su creación y posterior recepción. A continuación se describe el procedimiento propuesto de modelo de trabajo con la empresa adjudicataria y que tendrá que reflejarse en la planificación propuesta por parte de la empresa licitante.

3.4.1. Flujo de trabajo

Se tendrán que contemplar los siguientes hitos/fases dentro del flujo de trabajo y de la planificación establecidos:

1. Al inicio de los trabajos, la empresa adjudicataria presentará la metodología y una planificación detallada del proyecto que refleje las actividades a realizar y los hitos que tendrá el proyecto de acuerdo con la oferta presentada.
2. Para cada actividad se informará debidamente a INTECO de los avances y resultados obtenidos. Esta información se reportará cada vez que se alcance el hito,

o periódicamente (con una periodicidad definida previamente por INTECO) para aquellas actividades que sean de larga duración.

3. INTECO revisará los entregables y comunicará a la empresa adjudicataria la validez de los mismos. En caso de que se considere necesario realizar cambios o ampliar la información, el adjudicatario realizará nuevas versiones del entregable hasta la aceptación final por parte de INTECO.
4. Una vez INTECO valide los entregables, la empresa adjudicataria podrá continuar con las sucesivas tareas de dicha actividad.

Corresponde a la Dirección Técnica del proyecto, la completa supervisión y dirección de los trabajos, proponer las modificaciones convenientes o, en su caso, proponer la suspensión de los mismos si existiese causa suficientemente motivada.

Para la supervisión de la marcha de los trabajos, INTECO indicará al comienzo del proyecto, la persona designada como Director de proyecto. Sus funciones en relación con el presente pliego serán:

- a) Velar por el adecuado cumplimiento de los servicios contratados.
- b) Fijar reuniones periódicas entre la Sociedad y el adjudicatario con el fin de determinar, analizar y valorar las incidencias que, en su caso, se produzcan durante la ejecución del contrato.
- c) Notificar a INTECO el cumplimiento de los hitos de facturación a medida de que se vayan cumpliendo así como la aprobación última de las facturas emitidas por el prestador del servicio.
- d) Notificar a INTECO las incidencias del proyecto que sean trascendentes para el mismo y el grado de evolución de los servicios.

Independientemente de las reuniones ya establecidas en el Plan de Proyecto, el Director de Proyecto podrá convocar cuantas reuniones de seguimiento del proyecto considere oportunas para asegurar el cumplimiento del calendario del proyecto así como la correcta consecución de los objetivos propuestos. El adjudicatario será responsable de la redacción y distribución de las correspondientes actas de reunión.

Con el fin de garantizar que se satisfacen las necesidades y prioridades establecidas por, el Director de Proyecto, marcará las directrices de los trabajos a realizar, siendo estas directrices de obligado cumplimiento por parte del adjudicatario.

3.4.2. Reuniones de seguimiento

Para INTECO es muy importante llevar un seguimiento del avance del proyecto. Por este motivo, durante la ejecución del mismo se tendrán las siguientes reuniones.

3.4.2.1. Reunión de lanzamiento

El adjudicatario entregará una especificación detallada del proyecto en el que se contemplarán los principales aspectos a desarrollar:

- Presentación de la metodología a usar por el adjudicatario en cuanto a organización de recursos y seguimiento de los trabajos.
- Definición de hitos y cronograma planificado para los mismos.
- Cualquier otra tarea que redunde en el correcto desarrollo del proyecto.

3.4.2.2. Reuniones de seguimiento

A raíz de la reunión de lanzamiento, se podrán convocar reuniones de seguimiento para supervisar el desarrollo de los trabajos asociados al contrato, si bien no se establecerá una periodicidad definida, sino que se realizarán bajo petición expresa, tanto por parte de la dirección técnica del proyecto de INTECO, como de la empresa adjudicataria. Se considera que al menos deberá realizarse una reunión de seguimiento mensual.

En general las reuniones de seguimiento se llevarán a cabo de forma telemática aunque, excepcionalmente, será posible tener reuniones presenciales, las cuales serán siempre en las oficinas de INTECO de León. En caso de que una de las partes requiera una reunión presencial, lo notificará con suficiente antelación a la otra parte y se fijará una fecha de reunión que satisfaga a ambos.

Para cada una de dichas reuniones, el adjudicatario presentará, con la suficiente antelación para que sea estudiado de cara a la reunión de seguimiento, un informe técnico de seguimiento en el que se incluirán los siguientes aspectos:

- Grado de cumplimiento de los objetivos e hitos cumplidos hasta la fecha.
- Lista de riesgos detectados que puedan comprometer el cumplimiento de los objetivos e hitos marcados, así como una propuesta de acciones para su mitigación o eliminación.
- Identificación de mejoras que se puedan aplicar para el cumplimiento de los objetivos del servicio.
- Copia en DVD de los entregables realizados hasta la fecha.

3.4.2.3. Cierre del proyecto, conclusiones y memoria final

En este hito, al alcanzar la finalización del proyecto, el adjudicatario deberá presentar una Memoria Final, como informe justificativo del alcance efectivo de los trabajos realizados, con detalle de entregables, recursos consumidos, objetivos e hitos conseguidos.

De igual forma, en esta memoria final deberán entregarse las estadísticas y conclusiones que se detallan en el apartado “Obligaciones de información y documentación”.

La reunión de cierre no se llevará a cabo hasta que INTECO no haya recibido y validado previamente toda la documentación asociada al proyecto.

3.5. FORMA DE EJECUCIÓN

3.5.1. Lugar de realización de los trabajos

El centro habitual de trabajo serán las oficinas e instalaciones de la empresa adjudicataria y manteniendo una conexión remota con la infraestructura informática de INTECO necesaria para desempeñar los trabajos, con excepción del personal desplazado ex profeso a la cobertura del evento CyberCamp, cuya realización se prevé tenga una duración estimada de tres jornadas en la primera quincena de diciembre de 2014, localizada en Madrid. La duración o emplazamiento del evento no obstante podrá sufrir modificaciones.

3.5.2. Soporte técnico

El adjudicatario deberá proporcionar todos los recursos técnicos asociados al proyecto para el buen desarrollo del mismo.

3.5.3. Obligaciones de información y documentación

Durante la ejecución de los trabajos objeto del contrato, el adjudicatario se compromete, en todo momento, a facilitar a las personas designadas por el Director Técnico, la información y documentación que éstas soliciten para disponer de un pleno conocimiento de las circunstancias en que se desarrollan los trabajos, así como de los eventuales problemas que puedan plantearse y de las tecnologías, métodos y herramientas utilizados para resolverlos.

Asimismo el adjudicatario estará obligado a asistir y colaborar, a través del personal que designe a este propósito, en las reuniones de seguimiento del proyecto definidas por el Director Técnico, quién se compromete a citar con la debida antelación al personal del adjudicatario.

Como parte de las tareas objeto del contrato, el adjudicatario se compromete a generar la documentación de los trabajos realizados, de acuerdo con los criterios que establezca en cada caso el Director de Proyecto. Toda la documentación generada por el adjudicatario durante la ejecución del contrato será propiedad exclusiva de INTECO sin que el contratista pueda conservarla, ni obtener copia de la misma o facilitarla a terceros sin la expresa autorización por escrito de INTECO, que la concederá, en su caso y con expresión del fin, previa petición formal del adjudicatario.

En este sentido, el adjudicatario deberá informar al Director Técnico sobre distintos aspectos relacionados con el funcionamiento y la calidad de los servicios prestados. Entre ellos será necesario presentar un informe, en el formato y con la periodicidad que defina el Director Técnico, de cumplimiento de los servicios y que contendrá entre otros los siguientes puntos, si proceden:

- Trabajos realizados y resultados obtenidos en el período vigente
- Trabajos planificados para el siguiente periodo
- Identificación de mejoras que se puedan aplicar para el cumplimiento de los objetivos de los proyectos en los que esté involucrado

El adjudicatario proporcionará, sin coste adicional para la Sociedad, una copia en soporte digital (CD-ROM, DVD, llave USB, etc.) con toda la documentación generada durante la presentación de los servicios objeto del contrato.

3.6. HITOS DE FACTURACIÓN

Se definen los siguientes hitos de facturación:

- **Hito 1.** Tras la presentación del Diseño del plan de marketing y comunicación. Planificación y cronograma de acciones específicas, resultado de la reunión de lanzamiento y briefing: 30%
- **Hito 2:** A los 3 meses de ejecución del proyecto: 20%
- **Hito 3.** Tras la ejecución del plan de comunicación y presentación de la memoria de informe final: 50%.

La facturación de los trabajos realizados se efectuará sobre la base de una adecuada prestación del servicio por parte del adjudicatario según la distribución de los hitos citados anteriormente, cuyo detalle se deberá reflejar en el reporte mensual que se entregará a INTECO.

En las reuniones periódicas se evaluarán todas aquellas incidencias habidas que se hubieran originado en el cumplimiento de los objetivos planificados. Cuando a juicio del Director Técnico, tales incidencias fueran imputables al adjudicatario, por falta de responsabilidad, incompetencia, desidia u otras causas de índole similar, podría la facturación resultante quedar minorada por el importe que corresponda de acuerdo a las penalizaciones establecidas en el presente Pliego.

3.7. CONTROL DE CALIDAD Y GARANTÍA DEFINITIVA DE LOS TRABAJOS

Sin perjuicio de las obligaciones asumidas en su oferta, el adjudicatario, a través del supervisor designado a tal efecto, deberá seguir los procedimientos de aseguramiento de la calidad existentes en la ejecución del contrato.

El adjudicatario reconoce el derecho de la Sociedad para examinar por medio de auditores, externos o propios, el fiel cumplimiento de los trabajos por él realizados.

INTECO tendrá derecho a llevar a cabo auditorías de las actividades de los adjudicatarios para asegurarse de que la ejecución de los trabajos se lleva de acuerdo con lo establecido en el presente Pliego. Todo el material e información requerida para dichas inspecciones y auditorías por los representantes de la Sociedad estará disponible sin restricciones. La Sociedad notificará al adjudicatario con dos semanas de antelación la auditoría y con un día de antelación la inspección a realizar, y el adjudicatario tendrá la obligación de:

- Facilitar el acceso al material solicitado por el grupo auditor.
- Designar personas responsables que acompañen a los auditores.
- Facilitar un entorno de trabajo adecuado en el mismo lugar en que tiene lugar la auditoría.
- Cooperar con el auditor.
- Participar en las reuniones que convoque el auditor.
- Analizar los datos encontrados para que el informe sea real.
- Empezar rápidamente acciones correctoras y/o preventivas.
- Emitir una respuesta oficial para cada uno de los defectos que haya detectado el grupo de auditores.

La valoración final de la calidad de los servicios prestados corresponde a la Sociedad y su equipo asesor, siendo potestad suya solicitar la subsanación de los posibles errores detectados.

4. PRESENTACIÓN DE LAS OFERTAS TÉCNICAS

4.1. DATOS GENERALES

La presentación de la documentación para su admisión como licitador supone la aceptación de lo dispuesto en la [Instrucción de Contratación de la Sociedad](#) incluida en el Perfil de Contratante y publicada en la web, así como todas las disposiciones del presente Pliego.

Toda la documentación que se presente por los licitadores deberá estar redactada en castellano, salvo los supuestos que hayan podido especificarse en este Pliego de Características Técnicas. En caso de que se presentasen en lengua distinta deberá presentarse la correspondiente traducción oficial a la lengua castellana primando esta última en caso de duda o discrepancia.

De todos los datos que se aporten por el licitador, INTECO podrá exigir la correspondiente justificación documental o aclaraciones antes de la adjudicación, condicionando ésta a que dicha justificación o aclaraciones sean suficientes a juicio de INTECO.

En el sobre nº 2 no debe recogerse la oferta económica, pues es un criterio de adjudicación cuantificable; solo deben incluirse los documentos técnicos expresados en el punto siguiente. La inclusión en el sobre nº 2 de los documentos que deben constar en el sobre nº 3, es causa de exclusión.

4.2. FORMATO DE LA PROPUESTA TÉCNICA (SOBRE Nº 2)

La propuesta técnica presentada por el licitador deberá justificar el cumplimiento de todos los requisitos solicitados en el presente Pliego de Prescripciones Técnicas, de forma que no serán tenidas en cuenta aquellas ofertas que no cumplan dichos requisitos.

Con independencia de que el licitador pueda adjuntar a esta oferta cuanta información complementaria considere de interés, ésta deberá **constar de los siguientes apartados y en el mismo orden** (así como respetar las extensiones máximas para cada uno de ellos y contemplar todos los requisitos descritos en el presente pliego):

4.2.1. Plan de comunicación

La extensión máxima de este apartado será de **5 páginas**.

En el mismo el licitador:

- Resumirá la visión general del plan , objetivo, alcance y los puntos principales que, a su juicio, conllevarán el éxito del mismo.
- Introducirá la metodología a seguir en la ejecución de los trabajos y una justificación razonada con sus ventajas e inconvenientes (si los hubiere).

- La empresa licitadora deberá proponer de manera clara la metodología a seguir durante el desarrollo del proyecto, cumpliendo los objetivos y características fijados en el presente pliego (3.2 Descripción de los trabajos).
- En la metodología la empresa licitadora deberá detallar la forma en la que abordará cada una de las fases definidas para el proyecto. El nivel de detalle aportado será el necesario para expresar que el método propuesto permitirá alcanzar los objetivos fijados.

4.2.2. Planificación de acciones y espacios

La extensión máxima de este apartado será de **10 páginas**.

El licitador deberá incluir una propuesta de planificación inicial de las labores a realizar como parte del proyecto, dentro del horizonte temporal determinado por INTECO, incluyendo:

- Descripción de las actividades a realizar.

Difusión: El licitador deberá incluir en su oferta un enfoque previo para la difusión de los contenidos de manera que estos tengan el mayor impacto y efecto viral posible. Se deben reflejar las posibilidades de difusión que se barajan y se valorará especialmente la publicación en paralelo en plataformas adicionales de largo recorrido y de mayor impacto, a modo de «ancla» donde «viralizar» mejor los contenidos, con el objetivo de **captar y atraer talento especializado internacional** en sector de la ciberseguridad.

Se valorará especialmente la propuesta de enfoque en el uso de las redes sociales, y otros medios.

Se debe describir la forma de organizar el proyecto con el objeto de conseguir con éxito la implantación del producto final y el cumplimiento de las funcionalidades definidas.

Dicha propuesta deberá estar basada en su experiencia e incluirá una planificación y valoración temporal realista que especifique la duración de cada tarea y la defina con el mayor grado de profundidad posible

- Definición de hitos y entregables.
- Cronograma de actividades.

4.2.3. Propuesta de contenidos de las acciones de comunicación

La extensión máxima de este apartado será de **5 páginas**.

La empresa licitadora deberá presentar una propuesta de análisis de viabilidad y oportunidad en el que se detalle su estructura y contenido conforme a lo establecido en este pliego incluyendo:

- Descripción de los contenidos a desarrollar. Se valorará especialmente la propuesta de enfoque en el uso de las redes sociales, y otros medios. Se debe describir la forma de diseñar y elaborar cada contenido e incluir una planificación y valoración temporal realista que especifique la duración de cada tarea y la defina con el mayor grado de profundidad posible. El licitador deberá incluir en su oferta una estimación de impacto por público/objetivo para cada contenido diferenciando si el contenido se lanza a través de canales web o de redes sociales o por medio de otro tipo de medios de comunicación. Se deben reflejar las posibilidades de medios en los que se replicarán los contenidos y las fechas estimadas de refuerzo a la difusión de tales contenidos.
- Definición de hitos y entregables.
- Cronograma de entrega y lanzamiento.

4.2.4. Portal Web

La extensión máxima de este apartado será de **10 páginas**.

La empresa licitadora deberá presentar una propuesta de la estrategia y el plan de acción en el que se detalle su estructura y contenido conforme a lo establecido en este pliego incluyendo:

- Descripción de los contenidos web que se incluirán para la difusión del evento. Asimismo, se valorará especialmente la propuesta de enlace a la web desde portales especializados y generalistas que repliquen los contenidos publicados. Se debe describir la forma de organizar la publicación de contenidos informativos en el portal del evento con el objeto de conseguir la máxima difusión entre los internautas de las publicaciones.

Dicha propuesta deberá estar basada en su experiencia e incluirá una planificación y valoración temporal realista que especifique la duración de cada tarea y la defina con el mayor grado de profundidad posible.

- Definición de hitos y entregables.
- Cronograma de actividades.

5. CRITERIOS DE VALORACIÓN

La puntuación correspondiente a la calidad técnica de las ofertas presentadas se determinará según los criterios recogidos en el correspondiente apartado del Pliego de Características Generales.

León, 03 de octubre de 2014

**Vº Bº. DIRECTOR GENERAL DE INSTITUTO NACIONAL DE TECNOLOGÍAS DE LA
COMUNICACIÓN**