

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS QUE HAN DE REGIR EN LA CONTRATACIÓN DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA EJECUCIÓN DE LOS TRABAJOS RELACIONADOS CON LA GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DE LA FUNDACIÓN UNIVERSITARIA FRAY FRANCISCO JIMÉNEZ DE CISNEROS EN RELACIÓN CON EL CES CARDENAL CISNEROS.

Expediente: 128/23

CAPÍTULO I. INFORMACIÓN SOBRE LA FUNDACIÓN UNIVERSITARIA FRAY FRANCISCO JIMÉNEZ DE CISNEROS

1. ¿Quiénes somos?

La Fundación Universitaria Fray Francisco Jiménez de Cisneros (en adelante “la Fundación”) es una organización sin ánimo de lucro, constituida por la Comunidad de Madrid, que tiene afectado de modo duradero su patrimonio a la realización de sus fines de interés general. La Fundación tiene por objeto la enseñanza universitaria a través del Centro de Enseñanza Superior Cardenal Cisneros (en adelante “CES Cardenal Cisneros”).

El CES Cardenal Cisneros es un Centro Universitario privado, no confesional, adscrito a la Universidad Complutense de Madrid (UCM) desde 1971. Ubicados en el epicentro del barrio de Salamanca, una de las áreas geográficas con mayor renombre de Madrid, el CES Cardenal Cisneros cuenta con casi medio siglo de experiencia en la enseñanza universitaria de calidad y cercanía con el estudiante.

2. Oferta de servicios del CES Cardenal Cisneros

Cabe poner de relieve que el CES Cardenal Cisneros imparte las siguientes titulaciones oficiales de la Universidad Complutense de Madrid:

- Grado en Derecho
- Grado en Administración y Dirección de Empresas
- Doble Grado Derecho-ADE
- Grado en Psicología
- Máster Oficial de Acceso al Ejercicio de la Abogacía y la Procuración

- **Máster Oficial en Psicología General Sanitaria**

Adicionalmente, el CES Cardenal Cisneros cuenta con titulaciones de carácter propio en las distintas áreas en las que se posiciona como centro de enseñanza superior de referencia que se gestionan a través del Instituto de Posgrado e Investigación del CES Cardenal Cisneros, a saber: ramas del Derecho, la Psicología y la Administración y Dirección de Empresas. Vinculado de forma directa al CES Cardenal Cisneros se encuentra, además, el Instituto Universitario de Liderazgo dedicado, principalmente, a la impartición de estudios especializados en el ámbito del liderazgo, con especial foco en la comunicación.

3. Propuesta de valor del CES Cardenal Cisneros

En el actual contexto de saturación de la competencia en el sector educativo, especialmente en el ámbito universitario, el CES Cardenal Cisneros cuenta con una propuesta de valor adaptada a una realidad caracterizada por el cambio constante para así lograr la adaptación a las necesidades del alumnado, prestando atención a las particularidades de cada caso. Esta propuesta de valor se compone de algunas ideas fuerza que deben ponerse de relieve para comprender la dimensión y actividad del CES Cardenal Cisneros:

- **Centro adscrito a la UCM:** si bien es cierto que el CES Cardenal Cisneros busca un posicionamiento independiente a la Universidad Complutense de Madrid (UCM), el hecho de que sus títulos sean expedidos y avalados con el sello de calidad Complutense es un claro valor añadido.
- **Becas y financiación:** la naturaleza jurídica de la Fundación titular del CES Cardenal Cisneros hace que la Institución cuente con fondos para la constitución de becas propias para cursar estudios en el centro (tanto ayudas al estudio como becas de excelencia).
- **Formación personalizada:** desmarcándose de los centros educativos que priorizan el volumen, el CES Cardenal Cisneros pone el foco en la personalización de los planes de estudio para ayudar al alumnado en la definición de su proyección profesional.
- **Profesorado de renombre y calidad notoria:** el CES Cardenal Cisneros cuenta con un equipo docente de primer nivel entre los que se encuentran algunos de los mayores expertos de las ramas de conocimiento en las que se enmarcan sus enseñanzas.

4. Finalidad perseguida.

Es interés de la Fundación que todos los trabajos relativos a las actividades de gestión de la comunicación, relaciones públicas y reputación del CES Cardenal Cisneros se enmarquen en un plan estratégico único que garantice la correcta ejecución estratégica al servicio de los objetivos planteados en la Cláusula dos (2). Por ello, resulta necesaria la contratación de una

empresa especializada, cuyas capacidades se extiendan más allá de las labores de “gabinete de prensa” para así ofrecer a la Institución una visión completa y transversal de sus necesidades en materia de comunicación (en adelante “el Contratista”).

Habida cuenta de lo anterior, el objetivo obedece a la ejecución de un plan de comunicación del CES Cardenal Cisneros para la correcta canalización de sus “mensajes clave” a través de la consecución de cobertura “orgánica” (no pagada) en prensa, bien sea generalista, sectorial o especializada, atendiendo siempre a las necesidades de segmentación y tácticas de la estrategia conjunta para la promoción de su cartera de servicios y propuesta de valor, bajo las directrices de la Fundación. Serán especialmente relevantes a tales efectos las actividades de comunicación orientadas al posicionamiento, el incremento de la notoriedad y la construcción de reputación del CES Cardenal Cisneros especialmente, para el Grado de Derecho, el Grado de Administración y Dirección de Empresas, y el doble Grado Derecho-ADE; Grado en Psicología, así como los programas propios del CES Cardenal Cisneros y la promoción de la formación del Instituto Universitario de Liderazgo del CES Cardenal Cisneros.

CAPÍTULO II. OBJETO DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS

Cláusula 1. Objeto del contrato

El objeto del presente pliego de condiciones técnicas radica en la contratación de los servicios relacionados con la ejecución de un plan de comunicación estratégica, así como la consultoría constante en materia de comunicación para el CES Cardenal Cisneros. Cabe poner de relieve que lo que en adelante se denominará como “plan de comunicación estratégica” deberá contemplar los siguientes aspectos: gestión de la comunicación del CES Cardenal Cisneros; labores de relaciones públicas para el centro; gestión de la reputación; asesoría en casos de crisis e *issues*, así como la consultoría estratégica propia de una agencia de comunicación especializada. Todo ello estará subordinado, además, a los objetivos establecidos en la Cláusula dos (2) del presente pliego.

Cláusula 2. Objetivos del CES Cardenal Cisneros

La ejecución del plan de comunicación estratégica presentada por el Contratista, deberá dar respuesta a los siguientes objetivos (tómese en consideración que estos se detallan con base en la jerarquización de las necesidades comunicativas del CES Cardenal Cisneros):

Cabe destacar que la planificación estratégica en medios digitales presentada por el Contratista deberá dar respuesta a los siguientes objetivos generales (tómese en consideración que estos se detallan en orden de prioridad para la Fundación):

1. Construir una narrativa sólida, coherente y estratégica para la correcta transmisión de los mensajes clave del CES Cardenal Cisneros a todos sus *stakeholders*.
2. Con carácter general, incrementar el número de apariciones orgánicas en cabeceras Tier 1 para el CES Cardenal Cisneros.
3. Mejorar el posicionamiento del CES Cardenal Cisneros en relación con las áreas de conocimiento de su especialidad: Derecho, Administración y Dirección de Empresas y Psicología. Trabajando para ello en “desposicionar” noticias categorizadas con sentimiento negativo en los primeros puestos de motores de búsqueda, dentro del subgrupo “noticias”.
4. Mejorar la notoriedad del CES Cardenal Cisneros y su actividad ante todos los *stakeholders* de la Institución.
5. Trabajar en la construcción de reputación del CES Cardenal Cisneros como Universidad de referencia en las materias y áreas de especialidad citadas en los apartados uno y dos (1 y 2) del presente pliego.
 - a. Proteger la reputación del CES Cardenal Cisneros mediante la consultoría y apoyo estratégico en la gestión de situaciones que pudiesen ser consideradas como crisis e *issues* en el marco de la duración del presente contrato.
6. Poner de relieve ante el público general, la Academia, y el público objetivo del CES Cardenal Cisneros la propuesta de valor del CES Cardenal Cisneros, entendiéndose como tal los atributos desglosados en el Apartado tres (3) del presente pliego.
7. Mejorar el posicionamiento de los líderes y académicos del CES Cardenal Cisneros.
8. Ayudar a la generación de negocio (captación de nuevos alumnos) a través de la correcta transmisión de los mensajes por medio de las cabeceras más apropiadas en cada uno de los supuestos.

Cláusula. Segmentación y Buyer Persona.

A continuación, se define una primera aproximación de la segmentación y *Buyer Persona* identificados por el CES Cardenal Cisneros, que deberán ser complementados y definidos por el Contratista en el marco de la presentación de la planificación estratégica en medios digitales.

- **Buyer Persona 1.** Personas con edades comprendidas entre los 17 (diecisiete) y los 22 (veintidós) años que valoran el inicio de sus estudios universitarios en las ramas de conocimiento impartidas.
- **Buyer Persona 2.** Jóvenes con edades comprendidas entre los 22 y los 30 años que, habiendo cursado estudios universitarios en las ramas de conocimiento del Derecho o la Administración y Dirección de Empresas, bien en el CES Cardenal Cisneros u otra Institución, valoran el inicio de sus estudios de máster o posgrado.

- **Buyer Persona 3.** Padres o tutores legales de jóvenes con edades comprendidas entre los 17 y los 30 años que consideran que el nivel de madurez de sus hijos no es suficiente para tomar decisiones de carácter tan relevante como el centro en el que cursarán sus estudios universitarios.
- **Buyer persona 4.** Profesionales de referencia e influencia en las ramas de conocimiento de la Psicología, el Derecho y la Administración y Dirección de Empresas, así como las Instituciones para las que prestan sus servicios y quieran ampliar su conocimiento en alguna de las materias impartidas.
- **Buyer persona 5.** Profesionales, con edades comprendidas entre los 30 y los 45 años, cuya actividad profesional se enmarca en las ramas de conocimiento de la Psicología, el Derecho, la Administración y Dirección de Empresas. A pesar de que su carrera profesional inició hace tiempo, éstos buscan complementar sus conocimientos y elevar su perfil de cara a medrar en el mundo laboral.

Cláusula 4. Operativa y enfoque estratégico planteado por el CES Cardenal Cisneros

El CES Cardenal Cisneros, habiendo analizado algunos de los parámetros que se encuentran a su disposición, ha llevado a cabo una aproximación estratégica de la operativa que deberá tomarse en consideración para el desarrollo del plan de comunicación estratégica, que pone a disposición del potencial Contratista para ayudar a la concreción de las acciones necesarias para la consecución de los objetivos detallados en la Cláusula dos (2) del presente pliego.

Así, el Contratista deberá ser capaz de presentar en su propuesta para el plan de comunicación estratégica del CES Cardenal Cisneros una estrategia clara para la construcción de los mensajes de la Institución, proporcionando una aproximación de las acciones tácticas necesarias para la consecución de todos los objetivos anteriormente mencionados, poniéndose además al servicio del desarrollo de negocio del CES Cardenal Cisneros, y alineándose con su estrategia digital para la captación de nuevos alumnos.

Cláusula 5. Criterios específicos de la prestación del servicio.

El objeto del presente pliego es la ejecución del plan de comunicación estratégica, que deberá dar respuesta al siguiente ámbito de trabajo:

5.1 Alineamiento y construcción de los mensajes

Será objeto de esta fase que el Contratista ayude al CES Cardenal Cisneros a construir su narrativa y alinearse con su plan de marketing, que contempla además sus canales propios y planificación estratégica en medios digitales:

- 1) Definición de la estrategia de comunicación con base en los materiales e información disponible para el Contratista.
- 2) Construcción del *storytelling* para el CES Cardenal Cisneros.
- 3) Desarrollo de los mensajes clave y propuesta de valor del CES Cardenal Cisneros.
- 4) Propuesta de política de portavocía para el CES Cardenal Cisneros.
- 5) Propuesta de formación de portavoces iniciática.
 - a) En línea con lo establecido en el Apartado tres (3) del Capítulo cinco (5), el Contratista deberá incluir en esta formación de portavoces un breve apartado en relación a la mejor forma de abordar una crisis o *issue* para que sus portavoces cuenten con los conocimientos necesarios para hacer frente a peticiones mediáticas.

5.2 Ejecución del plan de comunicación

Una vez completada la primera de las fases detalladas en el anterior Apartado, será necesario que la propuesta para el plan de comunicación estratégica presentada por el Contratista abarque el siguiente ámbito para así asegurar la eficiencia y correcta consecución de los objetivos planteados:

- 1) Consultoría estratégica en materia de comunicación por parte del Contratista al CES Cardenal Cisneros de forma constante durante el periodo que dure el contrato al que dará lugar el presente pliego.
- 2) Canalizar, evaluar y gestionar todas las solicitudes realizadas por parte de medios de comunicación o similares al CES Cardenal Cisneros para asegurar el control de la comunicación por parte de la Institución a través del Contratista.
- 3) Desarrollo de la estrategia “newsjacking” para la redacción de nuevas notas de prensa para el CES Cardenal Cisneros.
- 4) Desarrollo de la estrategia “dayketing” para la generación de contenido para el CES Cardenal Cisneros.
- 5) Desarrollo de un plan de posicionamiento de líderes o portavoces ad hoc a las características de cada uno de los miembros que el CES Cardenal Cisneros desee posicionar en medios de comunicación u otros canales comprendidos en el marco del plan de comunicación estratégica.
- 6) Desarrollo de un *mapping* de premios para el periodo de tiempo que abarque el contrato al que dará lugar el presente pliego y que puedan ayudar al posicionamiento, comunicación, reputación, notoriedad o negocio del CES Cardenal Cisneros de forma

orgánica o, en caso de que requiera inversión, ofrecer consultoría estratégica en relación con los beneficios que estos pudiesen conllevar.

- 7) Desarrollo de un *mapping* de eventos para el periodo de tiempo que abarque el contrato al que dará lugar el presente pliego y que puedan ayudar al posicionamiento, comunicación, reputación, notoriedad o negocio del CES Cardenal Cisneros, en caso de que requiera inversión, ofrecer consultoría estratégica en relación con los beneficios que estos pudiesen conllevar.
- 8) Desarrollo de un *mapping* de rankings para el periodo de tiempo que abarque el contrato al que dará lugar el presente pliego y que puedan ayudar al posicionamiento, comunicación, reputación, notoriedad o negocio del CES Cardenal Cisneros de forma orgánica o, en caso de que requiera inversión, ofrecer consultoría estratégica en relación con los beneficios que estos pudiesen conllevar.
- 9) Redacción, gestión de contenidos y entrevistas en prensa atendiendo a los siguientes requisitos para garantizar la aparición del CES Cardenal Cisneros de forma constante en aquellas cabeceras necesarias para la correcta ejecución de su estrategia:
 - a) Redacción de una (1) a dos (2) notas de prensa con carácter mensual.
 - Empleo de palabras clave en relación con el Search Engine Optimization (SEO) en las notas de prensa, siempre que esto sea posible. Las palabras necesarias serán proporcionadas por el CES Cardenal Cisneros al Contratista al inicio del contrato al que dará lugar la resolución del concurso que se convoca mediante el presente pliego.
 - b) Difusión a medios de una (1) o dos (2) notas de prensa con carácter mensual.
 - La difusión a medios deberá atender a los criterios de segmentación por cabecera que se detallen para cada una de las acciones.
 - c) Seguimiento a medios de las notas de prensa difundidas para garantizar la consecución de cobertura.
 - d) Redacción de, al menos, una (1) tribuna de opinión trimestral
 - Consecución de su publicación en un medio considerado Tier 1 para el segmento o temática sobre la que ésta verse.
 - e) Consecución de un mínimo de una (1) oportunidad cualitativa (entrevista) con periodicidad mensual, conllevando las siguientes labores:
 - Gestión íntegra de las entrevistas con el periodista o medio con el que se vaya a realizar (“media relations”).
 - Elaboración de un briefing previo al desarrollo de la entrevista que deberá contener:
 - Información sobre el periodista.
 - Información sobre el medio.
 - Contexto en el que se enmarca el desarrollo de la entrevista.
 - Temática de la entrevista.
 - *Talking points*, preguntas o ideas que deberán transmitirse en el marco de la entrevista.

- Acompañamiento al portavoz correspondiente en la realización de la entrevista, bajo petición del responsable de Marketing y Comunicación del CES Cardenal Cisneros.
 - En caso de las entrevistas u oportunidades cualitativas gestionadas mediante cuestionario u otro formato a fin, el Contratista deberá prestar apoyo al responsable de Marketing y Comunicación del CES Cardenal Cisneros o portavoz correspondiente para la correcta redacción o revisión de los textos.
- f) Apoyo puntual en la redacción de artículos o publicaciones, así como adaptación de notas de prensa, bajo demanda del responsable de Marketing y Comunicación del CES Cardenal Cisneros, para su ulterior publicación en el sitio web propio del centro para poder así contribuir al correcto desempeño de su SEO.

5.3 Consultoría estratégica en caso de crisis e *issues*

Tomando en consideración la actividad del CES Cardenal Cisneros, el Contratista deberá incluir en la propuesta una aproximación, *grosso modo*, de los potenciales riesgos en materia de gestión de la comunicación y reputación a los que deberá enfrentarse, así como el protocolo de evaluación y consultoría que ofrecerá en estos casos, siendo condición *sine qua non* los aspectos que a continuación se detallan. No obstante, cabe poner de relieve que la gestión de crisis e *issues* podrá estar sujeta, en función de la casuística y duración, a una renegociación de las condiciones por las que se regirá el contrato que da lugar al siguiente pliego o, en su defecto, al reajuste temporal del ámbito de trabajo definido en el Apartado dos (2) de la Cláusula cinco (5):

- 10) Respuesta en un plazo máximo de 2 horas a las necesidades del CES Cardenal Cisneros.
- 11) Apoyo y redacción de *statements* o aclaraciones a prensa con el objetivo de gestionar la crisis.
- 12) Ofrecer un reporte completo de las necesidades estratégicas en materia de comunicación u otros aspectos sobre los que el Contratista tenga especialización para hacer frente a la crisis.
- 13) Contar con profesionales con cierto nivel de experiencia y capacidad para abordar estas situaciones con el mayor éxito posible.
- 14) Acompañamiento en todo el proceso para la gestión de la crisis o *issue*, brindando el apoyo necesario al responsable de Marketing y Comunicación del CES Cardenal Cisneros, así como a su equipo directivo en caso de ser preceptivo.

5.4 Informe de actividad y resultados del plan de comunicación estratégica

Con una periodicidad diaria (lunes a viernes), incluyendo las noticias recopiladas durante el fin de semana; o cualquier otro día aquellas piezas publicadas en el marco de festivales de carácter nacional o local efectivos en la ubicación geográfica del Contratista, se deberá remitir antes de las 10:00 horas, un daily clipping cumpliendo con los siguientes parámetros:

- *Daily clipping* incluyendo las apariciones del CES Cardenal Cisneros en cabeceras de alcance nacional. Este informe deberá incluir, además, noticias sectoriales de potencial interés para la Institución.

En caso de producirse publicaciones con sentimiento negativo o que pudieran suponer la constitución de un caso de crisis o issue para el CES Cardenal Cisneros, el Contratista llevará a cabo el reporte diario de publicaciones en la siguiente forma:

- Remisión de la publicación junto con el enlace al responsable de Marketing y Comunicación del CES Cardenal Cisneros, a la mayor brevedad posible en relación con la hora de difusión de la pieza, junto con las consideraciones estratégicas y forma más apropiada de proceder.

Con periodicidad mensual, el Contratista deberá llevar a cabo un informe de actividad y resultados de las campañas ejecutadas, que se enviará entre los días 1 y 5 de cada mes, y se analizará de forma pormenorizada en una reunión de *status* mensual concertada con el responsable de Comunicación y Marketing del CES Cardenal Cisneros.

A tales efectos, y con el objetivo principal de llevar un control exhaustivo para la correcta coordinación de las labores de promoción de la oferta de servicios del CES Cardenal Cisneros, tal informe deberá incluir algunos puntos esenciales, siendo posible ser complementados con aquellas recomendaciones que el Contratista considere oportunas:

- Informe de actividad (labores realizadas por el Contratista para el CES Cardenal Cisneros).
- Parámetros informativos en relación con la auditoría de las publicaciones:
 - Audiencia potencial
 - Usuarios únicos mensuales para publicaciones digitales.
 - Difusión para publicaciones impresas.
 - Audiencia para contenidos televisivos o radiofónicos.
 - Valor de comunicación.
 - Valor publicitario.
- Métricas de análisis de la cobertura conseguida en el marco de la actividad llevada a cabo el mes anterior:
 - Porcentaje de publicaciones en prensa impresa y digital.
 - Sentimiento general de las publicaciones.

- Comparativa retrospectiva de las publicaciones en relación con los meses anteriores de actividad.
- Impactos destacados del mes.
- *Key learnings* o aprendizajes clave que el responsable de Marketing y Comunicación del CES Cardenal Cisneros debería tomar en consideración para lograr una mejora considerable en la ejecución del plan estratégico de comunicación.

Adicionalmente, el Contratista deberá tener actualizado, entre el día 1 y 5 de cada mes, un *tracker* mensual de cobertura en línea en el que se llevará un registro de todas las publicaciones, incluyendo los siguientes parámetros, existiendo la posibilidad de generar un documento en línea, actualizado de forma constante, al que tendrán acceso el responsable de Marketing y Comunicación del CES Cardenal Cisneros y el Contratista:

- Fecha de publicación.
- Sentimiento de la publicación.
- Cabecera que publica la noticia.
- *Tier* del medio.
- Audiencia potencial.
 - Usuarios únicos mensuales en caso de publicaciones digitales.
 - Difusión en caso de medios impresos.
 - Audiencia en caso de contenidos televisivos o radiofónicos.
- Valor de comunicación (estimado).
- Valor publicitario (estimado).
- Enlace a la publicación.

5.7 Consultoría estratégica para la correcta gestión de los canales sociales

Si bien es cierto que la gestión de redes sociales o Community Management seguirá siendo desarrollado por la Fundación de forma interna, el Contratista colaborará para la adecuada realización de los aspectos que a continuación se relata. Esto quiere decir que, en ningún supuesto, el Contratista estará en obligación de llevar a cabo la calendarización y planificación de los canales sociales del CES Cardenal Cisneros, ejerciendo el papel de consultor y emitiendo recomendaciones estratégicas en relación con su experiencia y criterio:

- Consultoría y asesoría *ongoing*.
- Definición del tono a emplear en canales sociales.
- Identificación de los mensajes clave a transmitir por canal.
- Soporte puntual en la redacción y preparación de contenidos.
- Recomendación de los formatos más apropiados para cada uno de los canales propios de CES Cardenal Cisneros (Twitter, LinkedIn, Instagram y Tik Tok).

- Soporte puntual en la elaboración, redacción y calendarización de los contenidos para obtener los mejores resultados.

5.8 Operativa diaria para el seguimiento del plan de comunicación estratégica

Con el objetivo de lograr la mejor relación, alineamiento y eficiencia en la relación del CES Cardenal Cisneros con el Contratista, consiguiendo así la optimización de los resultados y la mejora del desempeño para dar respuesta a las necesidades estacionales o coyunturales que pudiesen surgir en el marco de las actividades de gestión de la comunicación, relaciones públicas, reputación y consultoría estratégica, se solicita una propuesta de operativa de trabajo que cuenta con la relación de los siguientes requisitos:

- Una reunión con periodicidad semanal o quincenal, en función de las necesidades estacionales o coyunturales, para la realización de un estatus de actividad.
- Dos reuniones iniciales o de “kick-off” con la Dirección del CES Cardenal Cisneros y el responsable de Comunicación y Marketing, respectivamente.
- Reunirse, cuando el responsable de Comunicación y Marketing del CES Cardenal Cisneros así lo requiera, con cualquier otro proveedor de servicios de la Institución cuando el alineamiento estratégico así lo requiera para el correcto desempeño de la planificación estratégica en medios digitales.
- Ratio de respuesta a las comunicaciones y requerimientos del CES Cardenal Cisneros al Contratista en un plazo que no podrá superar las 24 horas. Se entienden estas comunicaciones como llamadas de teléfono, correo electrónico, WhatsApp o cualquier otro canal que se estime oportuno en función del momento y situación.

Cláusula 6. Limitación presupuestaria

La empresa adjudicataria tendrá que gestionar y proponer la contratación - que, en todo caso, formalizará la Fundación - para el desarrollo de la oferta presentada de conformidad con los límites presupuestarios y los requisitos técnicos acordados anualmente. En este sentido, la Fundación cuenta con una previsión de gasto para la ejecución del plan de comunicación estratégica que asciende a un total de **30.000 € (TREINTA MIL EUROS)** netos anuales.

En las ofertas que presenten las empresas licitadoras, se deberá definir la presentación de cada uno de los servicios de acuerdo con el límite presupuestario. En ningún caso se podrán definir servicios que a la Fundación le supongan un incremento de dicho gasto.