



## PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARTICULARES QUE RIGE EL CONTRATO DE SERVICIOS DENOMINADO “SERVICIO DE GESTIÓN DE REDES SOCIALES Y DISEÑO DE CONTENIDOS DE LAS CUENTAS Y PROGRAMAS GESTIONADOS POR LA DIRECCIÓN GENERAL DE AUTÓNOMOS Y EMPRENDIMIENTO”.

**A/SER-053529/202**

### 1. OBJETO DEL CONTRATO.

El objeto del contrato es el servicio de gestión de las redes sociales gestionadas por la Dirección General de Autónomos y Emprendimiento, así como el diseño de contenidos web y de redes sociales de las cuentas y programas gestionados por esta, mejorando los canales de comunicación y las estrategias de marketing digital.

#### OBJETIVO.

La Dirección General de Autónomos y Emprendimiento (en adelante, DGAE) considera esencial mantener los perfiles propios en las redes sociales: **Instagram, LinkedIn y TikTok** como herramienta estratégica para reforzar su comunicación institucional y acercar sus actuaciones a la ciudadanía, en particular a los colectivos de personas autónomas, emprendedoras y entidades de la economía social. Del mismo modo, se considera estratégica la creación e impulso de un canal de videopodcast que refuercen dicha comunicación.

En la actualidad, las redes sociales y los videopodcast son canales clave para **informar, sensibilizar, interactuar y generar comunidad** en torno a políticas públicas. Contar con estos perfiles responde a la necesidad de adaptar la comunicación institucional a los hábitos de consumo informativo de la población de todo tipo de edades, ya que, en mayor o menor medida, la población está digitalizada y estas redes se consideran un canal fundamental para acceder a la información sobre programas, ayudas o servicios públicos.

Cada una de estas redes aporta valor específico al cumplimiento de los objetivos de la DGAE:

- **Instagram** facilita la difusión visual de contenido informativo, casos de éxito, eventos o convocatorias, mediante formatos accesibles y atractivos que favorecen la cercanía institucional.
- **LinkedIn** permite conectar con el tejido profesional, asociaciones, empresas y entidades del ecosistema emprendedor, posicionando institucionalmente a la DGAE como referente en el impulso del trabajo autónomo y la economía social.
- **TikTok**, como red con fuerte presencia entre los menores de 35 años, ofrece una vía eficaz para **acercar la cultura emprendedora y el conocimiento de las políticas públicas a nuevas generaciones**, utilizando formatos dinámicos y de alta capacidad de difusión.
- Con este contrato se persigue un doble objetivo:



- Por un lado, se pretende incrementar la marca Dirección General de Autónomos y Emprendimiento, mejorando su imagen, creando sentimiento de marca y reforzándola como un aliado de las políticas de emprendimiento a conocer y a implementar. Para ello, se intentará conseguir una mayor aproximación a los usuarios y posibles usuarios de los servicios de la Dirección General, mediante el conocimiento de las acciones llevadas a cabo desde el programa. Toda la información debe canalizarse a través de los perfiles que la DGAE tiene abiertos en las redes sociales (Instagram, LinkedIn y TikTok) y aquellos otros en los que se valore positivamente su apertura, y estarán enfocados al público objetivo ya que, en la mayoría de los casos, irá unida a sus necesidades e intereses. Todos los diseños que se realicen tendrán una imagen adecuada y acorde con el programa.
- Asimismo, se pretende comunicar toda la información posible sobre servicios de apoyo a emprendedores, autónomos y entidades de economía social: actividades, acciones de formación, eventos, ayudas... que sean de interés para la población objetivo en el ámbito de la Comunidad de Madrid. Junto con los usuarios de los servicios y, con carácter general, la población en general, también son destinatarios de la información las entidades públicas y privadas que proporcionan servicios a los emprendedores de la región y las de economía social, así como el resto de operadores interesados en el ecosistema de emprendimiento regional.
- Los diseños que se realicen para estas RRSS, así como los contenidos que tengan su reflejo en la página web de la DGAE, tendrán una imagen adecuada a la información facilitada, y acorde con las políticas de empleo y emprendimiento de la Comunidad de Madrid.
- Con la comunicación que se realice, se busca también que los operadores de emprendimiento se hagan eco de la información y la trasladen a través de sus propios canales, para alcanzar así a un mayor número de usuarios, estableciéndose una red de comunicación en la que la información parte de la DGAE y llegando a usuarios y operadores, y éstos finalmente la compartan, amplificando el mensaje y alcanzando una mayor audiencia. Toda la información debe canalizarse a través de los perfiles que la DGAE tiene abiertos en las redes sociales, y aquellos otros cuya apertura se valore positivamente, siempre enfocados a las necesidades e intereses de los usuarios.
- Este contrato busca además que una empresa especializada, conocedora de los distintos canales de comunicación, consiga una mayor uniformidad en el contenido a difundir, respetando la heterogeneidad de los programas, y evitando posibles contradicciones.
- No obstante lo anterior, durante el desarrollo de los trabajos, se podrá considerar la publicación en otras redes sociales además de las ya citadas, gestión que también habría de ser asumida por la empresa adjudicataria.

Por otro lado, la publicación de videopodcast cumple diversos objetivos:



- Permite explicar políticas, proyectos y resultados de forma clara y accesible, y mostrar el trabajo de la DGAE de manera directa y cercana.
- El formato audiovisual con subtítulos facilita el acceso a mayor número de personas.
- Genera interacción en redes sociales y plataformas digitales.
- Informa, fomenta la participación

### 3. OBLIGACIONES CONTRACTUALES.

Los canales existentes en las redes sociales que gestiona la DGAE, son las siguientes:

Instagram: <https://www.instagram.com/autonomosenmadrid>  
LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/autonomosenmadrid/>  
TikTok: [www.tiktok.com/@autonomosenmadrid](https://www.tiktok.com/@autonomosenmadrid)

De acuerdo con estos canales de comunicación y los canales creados para difundir el vídeopodcast las obligaciones contractuales serán, sin perjuicio de la apertura de otros canales cuando así se considere necesario por la DGAE, las siguientes:

#### 3.1 Planificación de la estrategia de comunicación y contenidos en Redes Sociales.

Esta planificación deberá incluir posicionamiento, contenido y timing. Será especialmente relevante la estrategia de difusión en campañas concretas, en ocasiones en colaboración con la agencia de medios facilitada por la Comunidad de Madrid.

3.2 Mantenimiento de perfiles sociales existentes: Instagram LinkedIn y TikTok, de acuerdo con la estrategia de comunicación señalada en el apartado anterior, así como la creación de aquellos otros perfiles sociales que se consideren necesarios. Se realizará el mayor número de publicaciones para generar engagement con el público objetivo evitando, en todo caso, la saturación informativa.

Salvo que la estrategia que se defina y apruebe por la DGAE establezca otros parámetros, las acciones de mantenimiento serán las siguientes:

- Se publicarán entre 4 y 7 posts/publicaciones o comunicaciones por semana (en función de la actividad de la Dirección General y según sus indicaciones), con textos e imágenes, por cada uno de los perfiles en redes sociales existentes, atendiendo especialmente a la información que puedan resultar de interés para los usuarios o derivadas de acciones o eventos concretos que puedan resultar interesantes para ellos. Las publicaciones se realizarán de lunes a domingo. En el caso de que fueran actividades, las comunicaciones se realizarán con carácter previo a la actividad, durante y después de la celebración de la misma, y se



fomentará su promoción y difusión. En caso de necesidad, y en épocas del año concretas, se podrán programar más publicaciones.

- Publicación de un mínimo de 7 “stories” o publicaciones temporales por semana, para lo que se realizarán las adaptaciones necesarias.
- Se repostearán, teniendo en cuenta los seguidores y seguidos, contenidos de interés, como pueden ser noticias, actividades, ayudas y subvenciones y eventos para emprendedores, autónomos y economía social, así como actividades de asesoramiento y formación derivadas de la Dirección General de Autónomos y Emprendedores. Lo mismo ocurrirá en el caso de aquellos otros perfiles en los que se considere necesario. De esta manera, se generará una red de contenido que ayudará a conocer la identidad propia de la Dirección General y de las políticas de emprendimiento de la Comunidad de Madrid.
- Se incorporará la imagen corporativa convenientemente adaptada a las distintas redes sociales.
- Se adaptarán las creatividades a la red social que corresponda, así como a la página web.
- Se producirán infografías y vídeos de presentación con el objetivo de dar a conocer a los emprendedores los programas y servicios disponibles. Se realizarán infografías de las acciones de asesoramiento y formación, servicios disponibles, ayudas y subvenciones, u otros que la Dirección General desee publicar en sus RRSS, así como la creación de infografías y vídeos de presentación con el objetivo de dar a conocer la información que se publique.
- Se producirán infografías y vídeos de presentación con el objetivo de dar a conocer a los usuarios y operadores los nuevos servicios, recursos o acciones puestas en marcha por la DGAE.
- Se generará contenido adecuado para cada una de las redes, teniendo en cuenta el establecimiento de un sistema de revisión diario, con comentarios a las publicaciones de los seguidores, respondiendo a los comentarios en las publicaciones, compartiendo contenido interesante de otras cuentas, seguimiento de hashtags y de los perfiles más interesantes, así como la detección y eliminación de usuarios falsos.
- De cada publicación se desarrollará un copy o texto con la redacción y diseño adaptados a cada red social, que será aprobado por la DGAE, con carácter previo a su publicación, todo ello con arreglo a lo dispuesto en el apartado 3.4.
- Producción, grabación, edición y postproducción de entre 3 y 4 videopodcast al mes, de una duración mínima de 35 minutos, que será alojado en la web de la Comunidad y en las plataformas de podcast que decida la DGAE, y sus correspondientes ediciones para las redes sociales citadas. Esto incluiría:



- Planificación: Elaboración un calendario de grabaciones aprobado por la entidad contratante
  - Proporcionar equipo humano y técnico: cámaras, micrófonos, iluminación y software de edición profesional.
  - Propuestas de posibles participantes que forman parte del ecosistema emprendedor de la Comunidad de Madrid
  - Elaboración de un guion base que servirá para las entrevistas, que podrá adaptarse según el perfil.
  - Edición profesional con inclusión de cabeceras, rótulos y créditos.
  - Editados en formato MP4 (H.264) y audio en WAV/MP3.
  - Versiones adaptadas para redes sociales y plataformas indicadas
  - Subtitulación y adaptación a formatos requeridos
  - La producción tanto técnica de video y sonido (grabación y edición) como de coordinación y gestión de recursos necesarios (entrevistados, lugares, desplazamientos, etc.) para la realización de cada videopodcast.
  - La distribución de cada videopodcast en plataformas de podcast y la difusión en redes sociales.
- Realización de reportajes fotográficos profesionales de al menos 4 eventos al mes, relacionados con las competencias, actividades y programas de la DGAE, y que serán propuestos por la DGAE.
- Además, para la generación de contenido, las infografías, las adaptaciones y aquellos materiales propios de los trabajos a desempeñar será necesario disponer de un banco de imágenes adecuado a la realidad de usuarios, emprendedores, autónomos y operadores en emprendimiento de la Comunidad de Madrid.

**3.3 Captación de nuevos usuarios y seguidores:** La empresa contratista deberá desarrollar propuestas concretas de lanzamiento y captación de nuevos seguidores en las distintas cuentas de redes sociales, mediante la interacción, relación y la comunicación directa.

**3.4 Desarrollo de la estrategia comunicativa en redes sociales:** Supone la puesta en marcha de la estrategia de comunicación que el adjudicatario presente para el programa, e incluye la comunicación periódica del contenido definido dentro de la estrategia de comunicación de la DGAE, en el marco de una relación permanente y fluida. Para ello, se realizará, al menos, una reunión quincenal para planificar dicha estrategia de comunicación con esta Dirección General.

Esta estrategia comunicativa incluirá, en todo caso y sin carácter excluyente, las siguientes acciones:

- Elaboración del calendario de las publicaciones y creatividades semanalmente, previa aprobación por la DGAE



- En las cuentas de la DGAE, la realización de distintas acciones, como, encuestas, challenges, etc. con los usuarios del programa. Para realizar estas actividades, la Dirección General aportará los elementos necesarios para conseguir que las acciones resulten atractivas. Tras cada acción, se deberá entregar un informe de resultados y conclusiones, intentado mejorar el engagement y la fidelidad del usuario.

Además, la empresa adjudicataria deberá redactar y publicar las bases legales y las condiciones online para que estén visibles mientras se produzca la acción, previa aprobación por la DGAE

- Utilizar herramientas apropiadas para la programación y alimentación de las redes, analizando el desarrollo del canal y estudiando propuestas de mejora continua.

**3.5** Los servicios de Community Manager exigidos tendrán la obligación de ser prestados por la propia empresa contratada. En todo caso, el contratista aportará dos community manager con experiencia contrastada en proyectos similares que realizará, durante el tiempo de vigencia del contrato, las obligaciones fijadas en los apartados 3.2, 3.3, 3.4 y 3.6. Concretamente, llevará a cabo las siguientes actuaciones:

- Potenciación de la presencia de las acciones y servicios de la DGAE en el mundo online y mejorar su posicionamiento.
- Gestión de las acciones de comunicación y promoción de la información y actividades de emprendimiento de la Comunidad de Madrid. Esto supondrá tanto la propuesta, el asesoramiento y la revisión de aquellos perfiles de influencers (youtubers, instagrammers, etc.) cuya colaboración con la DGAE pueda resultar interesante y adecuada, así como el mantenimiento de una relación constante y fluida con las empresas y entidades relacionadas con la DGAE en el marco de sus actividades de información, promoción y comunicación.
- Asistencia a actos y eventos, con un mínimo de 2 eventos a la semana (salvo indicación de la DG en función de la actividad prevista), de lunes a viernes en general y con algún acto en fin de semana/festivo de forma excepcional. El desplazamiento correrá, en todo caso, a cuenta del adjudicatario.
- Redacción de contenidos y toma y adaptación de imágenes a los formatos necesarios para publicar, tanto en la página web de la DGAE, así como en las cuentas de redes sociales existentes de esa dirección general y en la app, en el caso de su creación.
- Comunicación y atención a los usuarios de grupos, comunidades y perfiles sociales de la DGAE.
- Monitorización de las comunicaciones online vinculadas con la DGAE de la Comunidad de Madrid y participación en ellas.



- Identificar a líderes de opinión y establecimiento de relaciones constructivas con ellos.
- Detección de necesidades de contenido demandadas por los usuarios para su creación o posible desarrollo.
- Proposición y desarrollo de encuestas destinadas a fomentar la participación de los usuarios de los servicios de la DGAE.
- Participación en reuniones de trabajo periódicas con la DGAE para planificar las actuaciones, así como el mantenimiento de una relación directa y fluida.
- Relación con la agencia de medios de la Comunidad de Madrid para la inserción y/o adaptación de los contenidos a los formatos exigidos en las campañas que se desarrollen.
- Identificación de los puntos fuertes y débiles de la estrategia de comunicación.
- Análisis del comportamiento y de los intereses de los seguidores.
- Conocimiento de qué tipo de contenido es el que más interés despierta.
- Realización de métricas de todas las redes sociales, además de la elaboración de un seguimiento de los comentarios e interacciones de las diferentes redes sociales de la DGAE.
- Conocimiento y uso de herramientas para conocer las franjas horarias y días de la semana de mayor aceptación de las publicaciones, junto con la programación de publicación de contenido.
- Diagnóstico en torno RRSS: % de penetración de RRSS.
- Hacer más visible y atractivo el conjunto de servicios de la DGAE al público objetivo.

### 3.6 Elaboración de informes y medición de resultados.

Se elaborará un informe mensual con las estadísticas de cada una de las RRSS (incrementos del número de seguidores, los “me gusta”, el alcance y la interacción de sus posts) que se presentará en la primera semana del mes siguiente al que el informe se refiera, y un informe de carácter anual, a entregar en el mes siguiente a la finalización del año correspondiente.

Además, se elaborará un informe global con la finalización de los trabajos, donde se resumirán los aspectos más significativos en la gestión de las redes sociales de la DGAE.



Junto con los informes anteriores, el contratista deberá informar, en todo momento y a petición de la DGAE, y sin perjuicio de las funciones previstas en el apartado 3.5, de los indicadores de seguimiento y evaluación ante acciones concretas.

Los informes medirán el impacto de las relaciones, conocido en sus siglas inglesas como IOR (Impact of Relationship), con al menos cuatro variables a las que se otorgarán determinados valores:

- Autoridad: Entendiéndose como las menciones recibidas en otros medios, fuera de las propias Redes Sociales y de la página web.
- Influencia en los medios sociales: Cantidad de suscriptores, número de nuevos suscriptores...
- Participación de los seguidores: Comentarios en Facebook, Twitter, Instagram, Retwitts
- Tráfico generado de los medios sociales a la página web.

Se elaborarán informes mensuales relativos a los videopodcast publicados, incluirán indicadores de impacto como: número de visualizaciones, tiempo medio de reproducción, comentarios y preguntas generados, número de personas alcanzado por las publicaciones y tasa de suscripción.

### 3.7 Diseño offline y online. Concretamente, se realizarán las siguientes funciones:

- Creación y producción de piezas online y offline para la DGAE.
- Diseño, adaptación y actualización de creatividades para la web de la DGAE: [Autónomos, pymes y emprendedores Comunidad de Madrid](https://gestion.comunidad.madrid/csv)
- Creación de plantillas e ilustraciones estáticas ad hoc.
- Concepto y diseño de materiales offline, como folletos, cartelería o merchandising.
- Diseño y maquetación de una newsletter mensual en HTML, con carga en la herramienta PHPList y subida de archivo a web, para visualización correcta en el navegador.
- Cualquier necesidad de diseño que se genere en el marco de la DGAE.

La Comunidad de Madrid facilitará los logos corporativos necesarios, así como los materiales preexistentes junto con unas plantillas y un manual de estilo. Las imágenes de librería correrán, en todo caso, a cargo del adjudicatario.



#### 4. DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL E INDUSTRIAL

La adjudicataria estará obligada a cumplir con todas las disposiciones vigentes relacionadas con la propiedad industrial e intelectual.

La adjudicataria cede a la Consejería todos los derechos de autoría y de explotación, incluyendo la explotación en Internet, sobre las obras y creaciones producidas y sobre los datos que se puedan derivar de la presente contratación en cualquier forma. Concretamente cede los siguientes derechos:

- Derecho de reproducción en forma gráfica incluido el material punto de venta, sonora, visual y audiovisual, y/o en cualquier otro forma o tipos de soporte, por cualquier tipo de procedimiento, analógico, digital u otros.
- Derecho de comunicación pública, o sea, su representación y ejecución por todos los medios y procedimientos a partir de soportes sonoros y/o audiovisuales, su emisión, por cualquier medio de retransmisión y de difusión actualmente existentes.
- Derecho de transformación, o sea, la actualización, la traducción, adaptación, arreglo, y cualquiera otra modificación de su forma que pueda derivar en otra obra o creación.
- Derecho de distribución.

La cesión de los derechos de explotación a la Consejería en cualquier forma y modalidad, incluida la explotación en red, reviste carácter de exclusiva por todo el tiempo que tarde la obra en pasar a dominio público y se otorga por el ámbito territorial universal.

En cuanto a los derechos de imagen de los figurantes, y en cualquier otro elemento que componga la creación de la misma, la adjudicataria tendrá que contratar los derechos de imagen u otros que pudieran corresponderle por un periodo que cubra totalmente los años 2026, 2027 y 2028 para que la Consejería, como propietaria de estas piezas, pueda emitirlas en el ámbito territorial de la Comunidad de Madrid y universal en el caso de Internet, sin ningún cargo por éste o de otros conceptos durante el periodo mencionado.

En este sentido, será condición necesaria que, durante el plazo de ejecución del contrato, la adjudicataria demuestre que dispone de las correspondientes autorizaciones y licencias adquiridas (derechos de imagen, etc.)

La adjudicataria asume la obligación de responder, de forma solidaria, de cualquier reclamación que la Consejería pueda recibir como consecuencia de la explotación, en cualquiera de las modalidades mencionadas, de las piezas, creaciones y datos objeto de la presente contratación.

La Comunidad de Madrid será propietarias de la creatividad de los materiales objeto de contratación, una vez adjudicado, así como de todos los conceptos, audios, imágenes e ideas que integran la misma, reservándose el formato original de producción y la facultad de llevar a cabo cuantas reproducciones considera convenientes para su difusión,



exhibición o cualquier forma de divulgación, incluidas las telemáticas e informáticas, cediendo la empresa adjudicataria todos los derechos de propiedad sobre la creatividad de referencia, con carácter exclusivo y sin limitación temporal o espacial alguna.

## 5. DESCRIPCIÓN DEL EQUIPO TÉCNICO DE TRABAJO.

La empresa adjudicataria dispondrá del personal necesario para la buena ejecución de los trabajos. En todo caso, deberá contar con dos profesionales en comunicación online y marketing digital, con experiencia demostrable de un mínimo de dos años. Esta experiencia deberá acreditarse mediante certificado de la empresa o entidad en la que haya prestado sus servicios.

En ningún caso las personas que participen en la ejecución del contrato tendrán dependencia orgánica o funcional con la Administración.

Los trabajos se realizarán con el equipo técnico necesario para su ejecución, que correrán a cargo de la empresa adjudicataria, al igual que los gastos de dietas, telefonía móvil, internet, vehículo y transporte en general.

La empresa adjudicataria dispondrá del personal necesario para la buena ejecución de los trabajos. En todo caso, deberá contar con los siguientes perfiles:

- Una persona responsable y coordinador/a de proyecto con experiencia demostrable de un mínimo de cuatro años en llevar a cabo las relaciones con el cliente, encargado de establecer y supervisar las estrategias a desarrollar en las RRSS de la DGAE, con dedicación del 25% de la jornada.
- Dos Community Manager con experiencia demostrable de un mínimo de dos años en gestionar, dinamizar, construir y moderar comunidades en torno a marcas institucionales en los medios sociales, y crear y orientar campañas y anuncios, redactando el texto de los mismos, con dedicación del 50% de la jornada cada uno. Estos dos técnicos deberán cubrir la totalidad de la jornada, es decir, siempre habrá disponibilidad de un community manager durante el horario laboral (de 9.00 a 18.00h de lunes a viernes) y, ocasionalmente, en actos que se celebren durante el fin de semana.
- Una persona que actuará como responsable creativo/a, director de arte con experiencia demostrable de un mínimo de dos años en la producción de la parte gráfica y audiovisual de las publicaciones en RRSS, con conocimientos de edición de vídeo, con dedicación del 50% de la jornada.
- Una persona que actuará como operador de cámara, con experiencia demostrable de un mínimo de dos años en rodajes reales: televisión, cine, publicidad o eventos en vivo, grabación de programas de TV, spots publicitarios, videoclips, documentales... con conocimientos de cámaras e iluminación.



- Una persona que actuará como operador de sonido, con experiencia demostrable de un mínimo de dos años en grabación y mezcla de sonido en entornos profesionales (televisión, cine, eventos en vivo, publicidad).
- Una persona que actuará como editor de video, con experiencia demostrable de un mínimo de dos años en edición profesional: proyectos publicitarios, corporativos, cine, televisión o redes sociales.
- Una persona que actuará como fotógrafo, con experiencia demostrable de un mínimo de dos años en fotografía profesional de publicidad, producto y eventos, para empresas y agencias.

La titulación deberá acreditarse mediante la presentación del título correspondiente y la experiencia deberá acreditarse mediante certificado de la empresa o entidad en la que haya prestado sus servicios.

## RESPONSABLE DEL CONTRATO

---

### Formación

Grado en Marketing y/o Grado en Publicidad, o título de educación superior equivalente a titulación y a nivel académico de Grado o Máster universitarios oficiales en la rama de publicidad y marketing o Grado superior de FP en Marketing y Publicidad o Producción de Audiovisuales y Espectáculos.

### Experiencia mínima:

Experiencia demostrable en comunicación online y marketing digital de un mínimo de cuatro años en distintos aspectos:

- Gestión de cuentas corporativas en redes (Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, X).
- Planificación y ejecución de campañas orgánicas y pagadas.
- Gestión contractual con clientes y proveedores (agencias, influencers).
- Análisis de métricas y reporting (Google Analytics, Meta Business Suite).
- Dominio de herramientas de gestión y programación de contenidos (Hootsuite, Buffer, Sprout Social).
- Conocimiento de estrategias de engagement y crecimiento.
- Manejo de herramientas de analítica y KPI.
- Conocimiento de tendencias y algoritmos en redes sociales

## COMMUNITY MANAGER

---

### Formación

**Grado universitario** en alguna de estas áreas o similar:



- Marketing
- Comunicación
- Publicidad y Relaciones Públicas
- Periodismo
- Administración de Empresas con especialización en Marketing Digital

**Ciclo Formativo Superior en Marketing y Publicidad** o similar.

**Experiencia mínima:**

**2 años** en gestión de redes sociales o roles similares (Community Manager, Social Media Specialist).

Experiencia en **creación de contenido** (texto, imagen, video) y **gestión de comunidades online**.

## **DIRECTOR DE ARTE SENIOR**

---

**Formación**

Grado en Diseño Gráfico, Bellas Artes, Comunicación Visual o Publicidad, o similar.

Técnico superior en Diseño y Gestión de la Producción Gráfica, o similar.

Técnico Superior en Ilustración, o similar.

Técnico Superior en Animaciones 3D, Juegos y Entornos Interactivos, o similar.

Técnico Superior en Artes Plásticas y Diseño, o similar.

**Experiencia mínima:**

2 años en diseño gráfico y dirección de arte en agencias creativas o empresas de marketing digital. Experiencia demostrable en:

- producción de la parte gráfica y audiovisual de las publicaciones en RRSS, con conocimientos de edición de vídeo
- liderar equipos creativos y coordinar proyectos multidisciplinarios.
- desarrollo de campañas digitales, branding y diseño visual para diferentes plataformas.
- presentación de propuestas creativas a clientes y stakeholders.



## OPERADOR DE CÁMARA

---

### Formación

Técnico Superior en Realización de Proyectos Audiovisuales y Espectáculos, o similar.

Técnico Superior en Iluminación, Captación y Tratamiento de Imagen, o similar.

### Experiencia mínima

2 años en entornos audiovisuales (televisión, cine, publicidad, streaming, eventos en directo), manejo de cámaras profesionales, Iluminación y composición, grabación en diferentes formatos, coordinación en rodajes y directos. Experiencia en rodajes reales: televisión, cine, publicidad o eventos en vivo, grabación de programas de TV, spots publicitarios, videoclips, documentales.

## OPERADOR DE SONIDO

---

### Formación

Técnico Superior en Sonido para Audiovisuales y Espectáculos, o similar.

### Experiencia mínima

2 años en Grabación y mezcla de sonido en rodajes, estudios o eventos en directo, grabación y mezcla de sonido en entornos profesionales (televisión, cine, eventos en vivo, publicidad). Conocimiento de microfonía, acústica y tratamiento de sonido, Coordinación con equipos de cámara y realización.

## EDITOR DE VIDEO

---

### Formación

Técnico Superior en Realización de Proyectos Audiovisuales y Espectáculos, o similar.

### Experiencia mínima

2 años en edición de vídeo para cine, televisión, publicidad o digital. Experiencia demostrable en:

- Montaje narrativo y storytelling audiovisual.
- Manejo de software profesional (Premiere, Final Cut, DaVinci).
- Corrección de color y ajuste de audio básico.
- Exportación en diferentes formatos y estándares (broadcast, redes sociales, cine).



- Edición profesional: proyectos publicitarios, corporativos, cine, televisión o redes sociales.

## FOTÓGRAFO

---

### Formación

Técnico Superior en Fotografía o similar.

### Experiencia mínima

2 años en fotografía publicitaria, corporativa, editorial o artística, manejo de cámaras profesionales (DSLR, mirrorless, medio formato), Iluminación avanzada en estudio y exteriores, retoque digital y postproducción, dominio de equipos fotográficos y accesorios (ópticas, flashes, reflectores), conocimiento de composición, color y narrativa visual, manejo de software de edición, experiencia en fotografía para diferentes soportes (impresión, digital, redes sociales), control de workflow completo: preproducción, sesión, postproducción.

## 6. RESPONSABLE DE LOS TRABAJOS.

El adjudicatario nombrará a una persona responsable de los trabajos ante la DGAE, o aquella que pudiera sustituirla, que le representará para todas las notificaciones y requerimientos que sean precisos realizar.

La propuesta de designación del representante/responsable de los trabajos deberá realizarse en un plazo máximo de 15 días a contar desde la adjudicación del contrato. A petición de la DGAE, y durante toda la duración del contrato, podrá ser modificada la persona representante del adjudicatario.

Adjudicado el contrato, y con carácter previo al inicio de los trabajos, se mantendrá una reunión entre los representantes de la Administración y del adjudicatario a efectos de clarificar cuantos extremos resulten precisos.

El responsable de la ejecución del contrato deberá poseer el título de Grado en Marketing y/o Grado en Publicidad, o título de educación superior equivalente a titulación y a nivel académico de Grado o Máster universitarios oficiales en la rama de publicidad y marketing., o Grado superior de FP en Marketing y Publicidad o Producción de Audiovisuales y Espectáculos, y una experiencia demostrable en comunicación online y marketing digital de un mínimo de dos años. La titulación deberá acreditarse mediante la presentación del título correspondiente y la experiencia deberá acreditarse mediante certificado de la empresa o entidad en la que haya prestado sus servicios.



## 7. SUPERVISIÓN Y SEGUIMIENTO.

Las prestaciones objeto del presente contrato se realizarán, en todo caso, según las directrices de la DGAE, o aquella que hubiera asumido sus competencias, que supervisará los trabajos y ejercerá el control necesario.

Asimismo, se realizará el seguimiento del cumplimiento de las condiciones especiales de ejecución.

### Mecanismos de Seguimiento

**Reuniones Periódicas:** Se establecerán reuniones regulares entre la agencia y los representantes de los Clústeres para revisar el progreso de las actividades, discutir resultados y ajustar estrategias si es necesario. Estas reuniones servirán también para anticipar necesidades futuras y planificar actividades próximas.

**Informes de Progreso:** La empresa adjudicataria proporcionará informes mensuales detallados sobre las actividades realizadas, incluyendo análisis de desempeño en redes sociales, resultados de campañas de comunicación, estadísticas de visitas y engagement, y cobertura mediática lograda.

**Indicadores Clave de Rendimiento (KPIs):** Se definirán KPIs específicos al inicio del contrato para medir la efectividad de las estrategias de comunicación. Estos indicadores pueden incluir el alcance de las campañas y el engagement en redes sociales, entre otros.

Madrid, a fecha de firma

EL DIRECTOR GENERAL DE AUTÓNOMOS Y EMPRENDIMIENTO

Firmado digitalmente por: YORDANOV ATANASOV NIKOLAY  
Fecha: 2025.12.04 14:50