



TOLOSAKO
UDALA

PRESKIPZIO TEKNIKO PARTIKULARREN PLEGUA (PTPP), TOLOSAKO AZOKA ETA UDALERRIKO HIRI-EKONOMIA SUSTATZEKO MARKETIN- ETA KOMUNIKAZIO-ZERBITZUAREN KONTRATUA ARAUTUKO DUENA	PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARTICULARES (PTTP) QUE HA DE REGIR EN EL CONTRATO DEL SERVICIO DE MARKETING Y COMUNICACIÓN PARA LA PROMOCIÓN DEL MERCADO TOLOSA Y LA ECONOMÍA URBANA DEL MUNICIPIO
SARRERA	1. INTRODUCCIÓN
Tolosako Udalak, beste urte batez jarraian, hiri-ekonomian eragina duten jarduera, zerbitzu eta ekitaldi guztiak marketin eta komunikazio estrategia beraren baitan kokatu nahi ditu, Tolosa ezagutzera emateaz gain, horiek sustatu eta duten balioa azpimarratzeko. Tolosako udalerriak hiri-ekonomia dinamikoa du, eta bere eragin-eremua eskualdetik harago doa. Hiri mailako zerbitzuak eskainita, merkataritza, zerbitzu eta ostalaritza jarduera erreferenteak ditu, baita azoka garrantzitsua ere; faktore ezberdintzaile ukazina da, eta sustapenerako eta erakartze-lanerako elementu egituratzaile eta funtsezkoa. Tolosako Azokak, ia 8 mendeko historia duenak, udalerriari nortasun berezia ematen dio gainera, eta ekonomiari egiten dion ekarpena ukazina da: lehen sektorearen eta bezeroen arteko zubi lana egiten du, herriarrak zein bisitari eta turistak herriaren erdigune dinamikora erakartzeko elementu bilakatu da, eta hala, beste jarduera batzuentzat ezinbesteko osagarri eta ekarpeneko elementua da; esate baterako, turismoarentzat. Horren haritik, turismoak udalerrian gero eta garrantzi handiagoa dauka. Eragina du hiri-ekonomian, eta, ondorioz, bertako herriarren ongizatean. Turismoaren sektorea indartzeko, beharrezkoak dira promozio eta komunikazio ekintzak. Eta hori herriaren irudi zehatz eta bakar bat transmitituz egin behar da, sektoreen arteko elkarreragin eta sinergiak islatuz. Era berean, Tolosako Azokak turismoari eta gainontzeko sektoreei egiten dien ekarpenaz ohartuta, barne zein kanpo erakarpen eta	El Ayuntamiento de Tolosa, por otro año consecutivo, pretende enmarcar todas las actividades, servicios y eventos que inciden en la economía urbana dentro de una misma estrategia de marketing y comunicación, para dar a conocer Tolosa y su puesta en valor. El municipio de Tolosa cuenta con una economía urbana dinámica y su área de influencia va más allá de la comarca. Al ofrecer servicios a nivel urbano, cuenta con una actividad comercial, de servicios y de hostelería referentes, así como con un conocido mercado; convirtiéndose en un innegable factor diferenciador y elemento vertebrador e irrenunciable de fomento y atracción. El mercado de Tolosa –Tolosako Azoka–, casi con 8 siglos de historia, además de dotar al municipio de una personalidad propia, realiza una innegable aportación a la economía: sirve de nexo de unión entre el sector primario y la clientela, su situación le convierte en un elemento de atracción al dinámico centro del municipio – tanto para la ciudadanía como para los/as visitantes y turistas -, convirtiéndose así en un complemento imprescindible para otras actividades de la economía, como el turismo. En este sentido, éste es un sector que en los últimos años va cobrando especial importancia, teniendo su repercusión en la economía urbana y, en consecuencia, en el bienestar de la ciudadanía. Es necesario realizar acciones de promoción y comunicación que fortalezcan este sector, proyectando una imagen común y reflejando las interacciones y sinergias entre los distintos sectores. A su vez, conscientes de la contribución del



trakzio elementu estrategiko izaten jarraitu behar du. Bada funtsezkoa da udalerriko azoka eta hiri-ekonomia indartzeko eta proiektatzeko lana, bai eta Tolosan antolatzen diren zerbitzu eta ekitaldiena ere, modu egoki eta ordenatuan egitea, eta horretarako, helburu jakin batzuei erantzungo dien plangintza bat behar da. Nolanahi ere, egun Udalak ez du horrelako lanak egiteko nahikoa baliabide teknikorik, ez eta giza baliabiderik ere, eta ezinbesteko irizten dio Garapen ekonomikoa, Turismoa, Merkataritza, Azokak eta Enpleguaren Sustapenerako Sailak azokaren eta hiri-ekonomiako gainontzeko sektoreen sustapena egiteko antolatzen dituen proiektuetarako marketin eta komunikazio bitartekaritzarekin zerikusia duten hainbat lan kontratatzea.	mercado al turismo y a los demás sectores de la economía urbana, éste debe seguir siendo elemento estratégico de atracción y tracción - tanto interno como externo. El fortalecimiento y proyección de la economía urbana, y en particular del mercado municipal, junto con los servicios y eventos que se organizan en Tolosa, debe realizarse de una forma adecuada y ordenada, para lo que es necesaria una planificación que responda a objetivos concretos. A día de hoy, el Ayuntamiento de Tolosa no cuenta con recursos técnicos ni humanos suficientes para realizar esta labor, y ve necesario contratar diferentes servicios relacionados con el marketing y la comunicación de los proyectos que se organizan desde el Departamento de Desarrollo Económico, Turismo, Comercio, Ferias y Fomento del Empleo para la promoción del mercado y los demás sectores de la economía urbana del municipio.
1.- XEDEA	1.- OBJETO
Plegu honen xedea Tolosaren sustapenerako marketin eta komunikazio zerbitzua kontratatzea da. Helburua nagusia da udalerraren ikusgarritasuna eta posizionamendua hobetzea, horretarako, Tolosako Azoka barneko eta kanpoko erakarpen eta trakzio elementu nagusizat hartuta eta bi lan ildo nagusi garatuta: - Batetik, Tolosako Azokaren beraren balioa nabarmentzeko, marka indartuz eta sustatuz, eta Azoka Lagunak fidelizazio kluba dinamizatuz, publiko berria erakartzeaz gain, orain artekoa mantentzeko. - Bestetik, Tolosak bisitariari eskaintzen diona ikusgarriago egin nahi da: eraikinak, jarduerak, jaiak, merkataritza, jatetxeak... Tolosako Azokaren eta udalerriko ondare arkitektoniko, historiko edo kultureko beste elementu batzuekin, baita askotariko ekitaldien deialdiak eginda ere, eta horien artean adierazgarrienak	El objeto del presente pliego es la contratación del servicio de marketing y comunicación para la promoción de Tolosa. El objetivo principal que se persigue es mejorar la visibilidad y el posicionamiento del municipio, considerando el mercado como elemento principal de atracción - tanto interno como externo - y tracción, desarrollando dos líneas de trabajo principales: - Por una parte, poniendo en valor el propio mercado, reforzando y potenciando la propia marca y dinamizando el club de fidelización Azoka Lagunak, con el fin de atraer nuevo público, además de mantener el actual. - Por otra parte, haciendo más visible lo que Tolosa ofrece al visitante: edificios, actividades, fiestas, comercio, restaurantes... a través del mercado de Tolosa y junto con otros elementos del patrimonio arquitectónico, histórico o cultural del municipio o la convocatoria de eventos, seleccionando entre



hautatu nahi dira, Tolosako irudi ikoniko bihurtzeaz gain, Tolosako gastronomia-, kultura-, natura-, ondare- eta erosketetako turismoa sustatu dadin. Horretarako, bereziki, profil honi jarriko zaio arreta: Donostiara doazenak, 40-60 urtekoak, kontsumitzaileak eta gastronomia-, kultura-, natura-, ondare- eta erosketetako eskaintzan interesa dutenak.	ellos los más representativos para que se conviertan en imágenes icónicas de Tolosa, para que además de definir y potenciar la marca Tolosa, fomenten el turismo gastronómico, cultural, natural, patrimonial y de compras. Para ello, se pondrá especial énfasis en el siguiente perfil de visitante: persona que viajan a San Sebastián, entre 40 y 60 años, consumidora e interesada en la oferta gastronómica, cultural, natural, patrimonial y de compras.
2.- HELBURU OROKORRAK	2.- OBJETIVOS GENERALES
- Azoka Lagunak fidelizazio kluba ezagutarazteko eta dinamizatzeko online eta offline estrategia diseinatzea eta gauzatzea. - Tolosako Azoka marka indartzeko eta sustatzeko produktuak diseinatzea eta garatzea. - Tolosako Azoka webgunearen edukiak eta webgune instituzionaleko Turismo atalari nahiz blogari dagozkionak sortzea eta eguneratzea, informazio erakargarria eta osoa eskaintzeko. - Hiri-ekonomiarekin lotura duten jarduera guztiak barnebiduko dituen marketin estrategia orokorra diseinatzea Tolosako turismoa sustatzeko, eta herriaren ikusgarritasuna eta posizionamendua hobetzeko, udaleko web, blog eta sare sozialen bidez komunikazio estrategia gauzatuz. - Community Manager zerbitzuak eskaintzea, publiko berria erakartzeko eta jarraitzaileekin harreman egonkorak, iraunkorak eta aktiboak sortzeko. - Argazki eta ikus-entzunezko eduki guztiaren artxiboa sortzea, antolatzea eta kudeatzea. - Publizitate-plan bat diseinatzea, beharrezko publizitate-euskarriak ekoiztea, eta medioen bitartekaritaz arduratzea, aurretiaz definitutako estrategiarekin bat, helburu orokorrak lor daitezen.	- Diseño y ejecución de una estrategia on-line y off-line para el conocimiento y dinamización del club de fidelización Azoka Lagunak. - Diseño y desarrollo de productos para potenciar y promocionar la marca Tolosako Azoka. - Creación y actualización de los contenidos de la web Tolosako Azoka y la sección de Turismo y el blog de la web institucional para ofrecer una información atractiva y completa. - Diseño de una estrategia general de marketing que incluya todas las actividades relacionadas con la economía urbana para fomentar el turismo de Tolosa, y mejorar la visibilidad y el posicionamiento del municipio, ejecutando una estrategia de comunicación a través de la web institucional, blog y redes sociales. - Ofrecer servicios de Community Manager para atraer al nuevo público y crear relaciones estables, sostenibles y activas con sus seguidores. - Creación, organización y gestión del archivo de todo el contenido fotográfico y audiovisual. - Diseño de un plan publicitario, producir los soportes publicitarios necesarios y responsabilizarse de la intermediación de los medios, de acuerdo con la estrategia previamente definida, para la consecución de los objetivos generales.



TOLOSAKO AZOKA ETA UDALERRIKO HIRI-EKONOMIA SUSTATZEKO MARKETIN- ETA KOMUNIKAZIO-ZERBITZUAREN KONTRATAZIOA	CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE MARKETING Y COMUNICACIÓN PARA LA PROMOCIÓN DEL MERCADO TOLOSA Y LA ECONOMÍA URBANA DEL MUNICIPIO
3.- EGIN BEHARREKO LANAK	3.- TAREAS A REALIZAR
Aurretik aipatutako behar horiei guztiei erantzuteko, enpresa esleipendunak lan hauek egin beharko ditu: 1. Hasierako egoeraren azterketa. 2. Hasierako egoeraren azterketatik abiatuta, marketin eta komunikazio estrategia definitzea, eta zehaztutako estrategiaren baitan ekintza plana garatzea eta gauzatzea. Besteak beste, gutxienez, Tolosako Udalarentzat estrategikoak diren azoka berezi hauek sustatu beharko dira: • Zuhaitz Eguna • HARAGI - Haragiaren eta txingarraren nazioarteko topaketa. • Lore eta Landare Azoka • Tolosa Goxua • Babarrunaren Festa • Gabonetako azoka berezia Azoka berezi bakoitza egin baino hilabete eta erdi lehenago egingo da lehen koordinazio-bilera, plangintza egin eta lanean hasteko. Era berean, baloratuko da beste edozein ekitaldi sustatzea, esate baterako: inguruko eragileekin lankidetzan antolatutako beste azoka berezi batzuk (Ardo Zuriaren Azoka, Jardunaldi Mikologikoak, Bisigu Jaia...), kultura-arloko ekitaldi eta jarduerak (Inauteriak, San Joan jaiak, Titirijai, Abesbatza Lehiaketa...), izaera orokorreko turismo-eskaintza (ostatu-eskaintza, bisita gidatuak, naturarekin eta jarduera fisikoarekin lotutako jarduerak...) eta hiri-ekonomiako gainerako sektoreak (merkataritza, kultura, ostalaritza, jatetxeak...).	Para atender todas las necesidades descritas, la empresa adjudicataria deberá realizar la siguientes tareas: 1. Un análisis de la situación inicial. 2. Definir la estrategia de marketing y comunicación a partir del análisis de la situación inicial, desarrollando y ejecutando el plan de acción acorde con la estrategia definida. Entre otras, deberán promoverse, al menos, las siguientes ferias especiales de carácter estratégico para el Ayuntamiento de Tolosa: • Día del Árbol • HARAGI - Encuentro internacional de carne y brasa. • Feria de Flores y Plantas • Tolosa Goxua • Fiesta de la Alubia • Feria especial de Navidad La primera reunión de coordinación se celebrará mes y medio antes de la celebración de cada feria especial para realizar la planificación y empezar a trabajar. Asimismo, se valorará la promoción de cualquier otro evento, por ejemplo: otras ferias especiales organizadas en colaboración con los agentes del entorno (la Feria del Vino Blanco, las Jornadas Micológicas, la Fiesta del Besugo...), eventos y actividades culturales (Carnavales, fiestas de San Juan, Titirijai, Certamen Coral de Tolosa...), oferta turística de carácter general (oferta de alojamiento, visitas guiadas, actividades relacionadas con la naturaleza y la actividad física, museos...) y demás sectores de la economía urbana (comercio, cultura, hostelería, restaurantes...).



3. Azoka Lagunak fidelizazio kluba sustatzeko estrategia definitzea, eta zehaztutako strategiaren baitan ekintza plana garatzea eta gauzatzea. Gutxienez, ekintza hauek egin beharko dira: - Hileko ekitaldi bat, abuztuan izan ezik, (jardunaldia, ikastaroa, tailerra, solasaldia edo proposatzen den beste edozein ekintza...) antolatu eta kudeatuko da. Horretarako, baldintza hauek bete beharko dira: • Udalari hiru hileko bakoitzeko plangintza bat proposatuko zaio, honako hauek adieraziz: egitasmoaren modalitatea, gaia, izan litezkeen hizlari/entitateak, grabazio toki eta emisio-kanala. • Hornitzailearen eta Udalaren arteko bitartekaritzak lanak egingo dira; baita horien kontratazioa eta ordainketa ere. • Deialdiaren komunikazio kudeaketaz arduratuko da. • Ekitaldiak grabatuko dira eta Azoka Lagunak komunitate birtualean eskaini eta zabalduko dira. • Baloratuko da eskaintzaren originaltasuna; baita azokarekin, hiri-ekonomiarekin eta udalerriarekin duen lotura ere. • Edukiak adostu eta zehaztuko dira Garapen ekonomikoa, Turismoa, Merkataritza, Azokak eta Enpleguaren Sustapenerako arduradun politikoarekin eta teknikariarekin. Plangintza hiru hilekoa hasi baino hilabete lehenago aurkeztuko da. - Astero berripaper edo newsletter bat bidaliko da, email marketinaren bidez. Horretarako, baldintza hauek bete beharko dira: • Edukiak gainbegiratu dituzten Garapen ekonomikoa, Turismoa, Merkataritza, Azokak eta Enpleguaren	3. Definir la estrategia de promoción del club de fidelización Azoka Lagunak, y desarrollar y ejecutar el plan de acción según la estrategia definida. Al menos, se deberán realizar las siguientes acciones: - Organización y gestión de un evento mensual, excepto en el mes de agosto, (jornada, curso, taller, coloquio o cualquier otro/a evento/actividad que se proponga...). Para ello se deberán cumplir los siguientes requisitos: • Se propondrá una planificación trimestral, indicando los siguientes aspectos: modalidad del evento, tema, posibles ponentes/entidades, lugar de grabación y canal de emisión. • Se realizarán las labores de intermediación entre la empresa/persona proveedora y el Ayuntamiento, incluyendo la contratación y pago de las mismas. • Se encargará de la gestión de la comunicación de la convocatoria. • Tras grabar los eventos, se difundirán en la comunidad virtual Azoka Lagunak. • Se valorará la originalidad de la oferta, así como su vinculación con el mercado, la economía urbana y el municipio. • Se consensuarán y concretarán contenidos con el/la responsable político y técnico de Desarrollo Económico, Turismo, Comercio, Ferias y Fomento del Empleo. La planificación se presentará un mes antes del inicio del trimestre. - Envío semanal de una newsletter a través del email marketing. Para ello se deberán cumplir los siguientes requisitos: • Los contenidos serán supervisados por los/as responsables políticos de Desarrollo Económico, Turismo,
--	---



Sustapenerako arduradun politikoak, eta hark izendatutako teknikariak zein egoki iruditutako adituek. Proposamena asteazken goizean bidaliko da. • Berripapera ostegunero bidaliko da. • Eduki guztia euskaraz edo elebietan sortuko da. 4. Marketin eta komunikazio arloko aholkularitza zerbitzua eskaintzea. 5. Zenbait kanal eta gailutarako edukiak sortu, diseinatu eta prestatzea: prentsa-oharra, prentsa-gehigarriak, elementu grafikoak, bideoak, audioak... - Gutxienez, honako ekitaldi hauetarako prentsa-oharrak sortuko dira: • Zuhaitz Eguna • Lore eta Landare Azoka • Tolosa Goxua • Babarrunaren Festa • Gabonetako azoka berezia • San Isidro eguna • Turismoari buruzko datuak (oporren ostean) - Gutxienez, 8 orriko 2 prentsa-gehigarri idatzi, diseinatu eta maketatuko dira, honako ekitaldi hauei lotuta: • Babarrunaren Festa • Tolosa Goxua 6. Udalerrinari eta haren hiri-ekonomiari buruzko informazioa emango duen aplikazio bat sortzea: bereziki, udal-merkatuari buruzkoa, udalerriko ondare arkitektoniko, historiko edo kultureko elementuekin batera, edo ekitaldien deialdiarekin batera, gastronomia-, kultura-, natura-, ondare- eta erosketetako turismoa sustatzeko. 7. Tolosako Azoka webgunearen edukiak eta webgune instituzionaleko Turismo atalari nahiz blogari dagozkionak sortzea eta	Comercio, Ferias y Fomento del Empleo, así como por el personal técnico y en circunstancias concretas podrá recurrirse a expertos en la materia. La propuesta se enviará la mañana del miércoles. • El newsletter se enviará todos los jueves. • Todo el contenido se creará en euskera o en bilingüe. 4. Ofrecer un servicio de asesoramiento de marketing y comunicación. 5. Crear, diseñar y elaborar contenidos para diferentes canales y dispositivos: notas de prensa, suplementos de prensa, elementos gráficos, vídeos, audios... - Al menos, se crearán notas de prensa para los siguientes eventos: • Día del Árbol • Feria de las Flores y Plantas • Tolosa Goxua • Fiesta de la Alubia • Feria especial de Navidad • Día de San Isidro • Datos de turismo (tras las vacaciones). - Al menos, se redactarán, diseñarán y maquetarán 2 suplementos de prensa de 8 pags., de los siguientes eventos: • Fiesta de la Alubia • Tolosa Goxua 6. Crear una App que facilite información sobre el municipio y su economía urbana: en particular, sobre el mercado municipal junto con elementos del patrimonio arquitectónico, histórico o cultural del municipio o la convocatoria de eventos con el fin de fomentar el turismo gastronómico, cultural, natural, patrimonial y de compras. 7. Crear y actualizar los contenidos de la web Tolosako Azoka y de la web institucional –
--	--



eguneratzea, informazio erakargarria eta osoa eskaintzeko Horiek hobetzeko proposamenak egitea (atal berrien sorrera, edukien antolaketa berria, beste hizkuntzaren batera itzultzea komeni ote den aztertzea eta, hala bada, itzultzea...). • Turismoko blogean, gutxienez, hilean behin, artikulua bat sortuko da euskaraz eta gazteleraz, unean uneko gai egokienaren arabera. • Gainera, artikulua bat sortuko da azoka berezi bakoitzeko. • Tolosako Azokaren webgunean, gutxienez, hilean bi artikulua sortuko dira, euskaraz eta gazteleraz. 8. Udaleko sare sozialak (Facebook, Instagram eta Youtube) elikatzeko <i>community manager</i> lanak egitea: - Estrategia definitzea, eta intereseko edukiak prestatzea (testuak eta irudiak). - Turismoaren alorrean, gutxienez, hilabetean 10 argitalpen, 3 istorio sekuentzia eta post bat egingo dira. 9. Ezarritako helburuekin bat datozen ekintzak sortzea eta kudeatzea, identifikatu diren segmentuen arabera: sustapenak, zozketak, lehiaketak, publizitate-kanpainak eta abar. - Gutxienez, ordainketa sustatzeko hiru kanpaina sortuko dira urtean. - Gutxienez, hileroko (abuztuan izan ezik) azokako produktuekin osatutako saski bat zozketatuko da sare sozialen bidez. - Gutxienez, honako ekitaldi hauetarako zozketak kudeatuko dira: • Tolosa Goxua • Babarrunaren Festa • HARAGI- Haragiaren eta txingarraren nazioarteko topaketa. Edozein zozketatarako, enpresa esleipendunak bitartekaritza-lanak egingo ditu enpresa hornitzailearen eta Udalaren artean. Baita horien	sección correspondiente al área de turismo– y del blog para ofrecer una información atractiva y completa. Realizar propuestas de mejora de las mismas (creación de nuevas secciones, nueva organización de contenidos, estudio de la conveniencia de traducir a otro idioma y, en su caso, su traducción). • En el blog de turismo se creará al menos un artículo mensual en euskera y en castellano, en función del tema más adecuado en cada momento. • Además se creará un artículo por cada feria especial. • En la web de Tolosako Azoka, se generarán al menos dos artículos mensuales en euskera y castellano. 8. Realizar labores de <i>community manager</i> para la alimentación de las redes sociales municipales (Facebook, Instagram y Youtube): - Definición de la estrategia y elaboración de contenidos de interés (textos e imágenes). - En el ámbito del turismo, se deberán crear al menos 10 publicaciones, 3 secuencias de historias y un post al mes. 9. Crear y gestionar acciones acordes con los objetivos establecidos y segmentos identificados: promociones, sorteos, concursos, campañas publicitarias, etc. - Al menos, se crearán tres campañas de promoción de pago al año. - Al menos, cada mes (excepto en agosto) se sorteará una cesta con los productos del mercado a través de las redes sociales. - Al menos, se gestionarán sorteos para los siguientes eventos: • Tolosa Goxua • Fiesta de la Alubia • HARAGI- Encuentro Internacional de la carne y brasa. Para cualquier sorteo la empresa adjudicataria
---	--



kontratazioa eta ordainketa ere. 10. Publizitate-euskarri fisikoak sortzea, gauzatzea eta instalatzea: kartelak, errotuluak, flyerrak, liburuxkak, hesiak... - Erabiltzailearen esperientzia kontuan izanda, seinaleek nolakoak izan behar duten pentsatzea eta diseinatzea. - Gutxienez, Euskal Herria plazako saltzaileentzako postuen erakustokiak sortu beharko dira, QR kodeekin; baita horientzako mahai-zapiak ere. Lehen urtean, gutxi gorabehera, 35 posturentzako. Bigarrenetik aurrera, berrientzat eta ordezkatu beharreko elementuetarako. - Gutxienez, honako ekitaldi hauetarako kartelak diseinatu, inprimatu eta instalatuko dira (gutxi gorabehera 150 g-ko 300 kartel kalkulatu dira). • Zuhaitz Eguna • Lore eta Landare Azoka • Tolosa Goxua • Babarrunaren Festa - Gutxienez, formatu handiko kartel bat inprimatuko da (500 x 1400 inguru) honako ekitaldi hauetako prentsaurrekoetarako: • Tolosa Goxua • Babarrunaren Festa - Gutxienez, honako azoka hauetako epaimahaikideen izendapen-kartelak eta zenbakitzaileak diseinatu eta inprimatuko dira: • Tolosa Goxua • Babarrunaren Festa 12. Merchandising produktuak diseinatzea eta garatzea; baita horiek kontratatzea eta ordaintzea ere. 13. Sailak komunikatu beharreko ekintzen aurkezpena eta eszenografia lantzea (deialdiak, <i>powerpointak</i>, prentsa dosierak,	realizará labores de intermediación entre la empresa proveedora y el Ayuntamiento. También la contratación y el pago de las mismas. 10. Creación, producción e instalación de soportes publicitarios físicos: carteles, rótulos, flyers, folletos, vallas... - Ideación de la señalización y diseño de la señalética teniendo en cuenta la experiencia del usuario. - Al menos, se deberán crear expositores con códigos QR de los vendedores de la plaza Euskal Herria, así como manteles para los mismos. Aproximadamente, para 35 puestos en el primer año. A partir del segundo, los para las nuevas incorporaciones y los elementos que se deban sustituir. - Al menos, se diseñarán, imprimirán e instalarán los carteles para los siguientes eventos (aproximadamente se calcularán 300 carteles de 150 gr.) • Día del Árbol • La Feria de Flores y Plantas • Tolosa Goxua • Fiesta de la Alubia - Al menos, se imprimirá un cartel de formato grande (aproximadamente 500 x 1400) para las ruedas de prensa de los siguientes eventos: • Tolosa Goxua • Fiesta de la Alubia - Al menos, se diseñarán e imprimirán los carteles denominadores y numeradores de los miembros del jurado de las siguientes ferias: • Tolosa Goxua • Fiesta de la Alubia 12. Diseño y desarrollo de productos de merchandising. Así como la contratación y el pago de los mismos. 13. Elaborar la presentación y escenografía de
--	---



prentsaurrekoak, aurkezpenak edo ekitaldiak). - Gutxienez, ekitaldi hauetako prentsaurrekoen eszenografia landuko da: • Zuhaitz Eguna • Lore eta Landareen Azoka • Tolosa Goxua • Babarrunaren Festa • Gabonetako azoka berezia - Gutxienez, honako ekitaldi hauen eszenografia landuko da: • Tolosa Goxua • Babarrunaren Festa 14. Gutxienez, azoka-egun hauetan ekitaldiaren jarraipena egitea: • Zuhaitz Eguna • HARAGI- Haragiaren eta txingarraren nazioarteko topaketa • Lore eta Landareen Azoka • Tolosa Goxua • Babarrunaren Festa • Gabonetako azoka berezia • San Isidro eguna • Asteko 2 eguneko azoka 15. Kontratu honi dagozkion lanetatik erator daitezkeen argazki edo ikus-entzunezkoen artxiboa sortzea, osatzea, antolatzea eta kudeatzea. Argazki edo ikus-entzunezko horien jabetza eskubidea eta copyrighta Tolosako Udalarenak izango dira eskusiboki. 16. Edukiaren argitalpena programatzea eta komunikabideekin bitartekaritza lanak egitea, izan horiek paperekoak zein internetekoak. 17. Tolosa sustatzeko publizitate beharrak aztertzea eta proposamen zehatza egitea: publizitatearen urteko proposamena, aukeraketa eta kudeaketa. 18. Hileroako jarraipen txostena egitea:	las acciones a comunicar por el Departamento (convocatorias, powerpoints, dossiers de prensa, ruedas de prensa, presentaciones o actos). - Al menos, se trabajará la escenografía de las ruedas de prensa de los siguientes eventos: • Día del Árbol • Feria de las Flores y Plantas • Tolosa Goxua • Fiesta de la Alubia • Feria especial de Navidad - Al menos, se trabajará la escenografía de los siguientes eventos: • Tolosa Goxua • Fiesta de la Alubia 14. Realizar el seguimiento del evento al menos los siguientes días de feria: • Día del Árbol • HARAGI- Encuentro Internacional de carne y brasa • Feria de las Flores y Plantas • Tolosa Goxua • Fiesta de la Alubia • Feria especial de Navidad • Día de San Isidro • 2 días de feria semanal 15. Crear, completar, organizar y gestionar el archivo fotográfico o audiovisual que pueda derivarse de las obras objeto del presente contrato. El derecho de propiedad y el copyright de estas fotografías o audiovisuales serán exclusivos del Ayuntamiento de Tolosa. 16. Programar la publicación del contenido (el creado en papel como en Internet) y mediar con los medios. 17. Estudiar las necesidades de publicidad para la promoción de Tolosa y realizar una propuesta concreta: propuesta publicitaria
--	---



egindakoaren azalpena eta aurreikuspena. Plataforma eta medio bakoitzaren adierazleak monitorizatzea eta aztertzea, eta hobekuntza proposamenak egitea. Hurrengo hilerako plangintza egitea. 19. Interesgarritzat jotako kasuetan itzulpenak egitea, edukia euskaraz, gaztelaniaz, frantsesez, ingelesez eta katalanez argitaratu ahal izateko. - Gutxi gora behera, 72.500 hitz itzuliko dira. 20. Zerbitzua amaitzean, amaierako memoria aurkeztea. 21. Kasuan kasu, komunikazio instituzionaleko arduradunarekin beharrezko koordinazio lanak egitea.	anual, selección y gestión. 18. Informe mensual de seguimiento: descripción y previsión de lo realizado. Monitorización y análisis de los indicadores de cada plataforma y medio, y propuestas de mejora. Planificación para el mes siguiente. 19. Realizar las traducciones que se consideren de interés para que el contenido resultante pueda publicarse en euskera, castellano, francés, inglés y catalán. - Aproximadamente se traducirán 72.500 palabras. 20. Presentación de la memoria final al finalizar el servicio. 21. Realizar, en su caso, las labores de coordinación necesarias con el/la responsable de la comunicación institucional.
4.- HIZKUNTZA ETA GENERO IRIZPIDEAK	4.- CRITERIOS LINGÜÍSTICOS Y DE GÉNERO
4.1.- Hizkuntza-arau eta irizpideak	4.1.- Normas y criterios lingüísticos
Kontratazio honen bidez bideratuko diren jardueretan, ikastaro edo hitzaldietan eta herritarrekiko komunikazioetan euskarazko harremanak bermatuko dira, Udaleko planean herritarrekiko harremanetarako finkatutako irizpideen arabera. Bereziki, jendaurreko ekitaldietan, Udalaren izenean aritzen den edozeinek euskarazko gaitasun egokia izan beharko du. Ekintza hauetan euskarari emango zaio lehentasuna beti. Enpresaren eta Udalaren arteko harreman administratiboa euskaraz izango da, eta, beraz, kontratuaren bidez sortzen diren ahozko zein idatzizko komunikazio mota guztiak (fakturak, txostenak, bilerak, kontsultak...) euskaraz egingo ditu enpresa esleipendunak.	En las actividades, cursos o coloquios que se deriven de esta esta contratación y en las comunicaciones con la ciudadanía se garantizarán las relaciones en euskera, de acuerdo con los criterios de relación con la ciudadanía fijados en el plan municipal. En particular, en los actos públicos, cualquier persona que actúe en nombre del Ayuntamiento deberá tener la competencia adecuada en euskera. En estas iniciativas se dará prioridad siempre al euskera. La relación administrativa entre la empresa y el Ayuntamiento será en euskera, por lo que todo tipo de comunicaciones, tanto orales como escritas (facturas, informes, reuniones, consultas...), que surjan a través del contrato, serán realizadas en euskera por la empresa adjudicataria.
4.2.- Genero irizpideak	4.2.- Criterios de género
Kontratazio honen bidez bideratuko diren jardueretan eta herritarrekiko komunikazioetan	En las actividades derivadas de esta contratación y en las comunicaciones con la



genero ikuspegia txertatu beharko da eta berdintasuna sustatu, Udaleko Berdintasun Planean jasotako irizpideen arabera. Beraz, prentsaurrekoetan eta udal euskarri guztietan argitaratzen diren irudietan parekidetasuna bermatu beharko da.	ciudadanía se deberá incorporar la perspectiva de género y promover la igualdad, de acuerdo con los criterios recogidos en el Plan de Igualdad del Ayuntamiento. Por tanto, se deberá garantizar la paridad en las ruedas de prensa y en las imágenes que se publiquen en los diferentes soportes municipales.
5.- BESTE BETEBEHAR BATZUK	5.- OTROS REQUISITOS A CUMPLIR
1. Jarduerak hala eskatzen dutenean, modu presentzialean lan egitea beharrezkoa izango da: aurkezpenak, bilerak, ikastaroak eta hitzaldiak... egiten direnean, esate baterako. Era berean, eta beharrezkoa denean, aste bukaeretan eskaini beharko da zerbitzua, adibidez, argazkiak ateratzeko edo asteroko azokara edo azoka berezietara joateko. 2. Udalak finkatutako jarraibideak errespetatu eta bete beharko dira zerbitzua ematerakoan. Eta hilero, hilabetea amaitu eta ondorengo 5 eguneko epearen barruan, amaituriko hilabeteari dagokion kontu emate txostena aurkeztu beharko da. Bertan jaso beharko dira, besteak beste, jardunaren laburpen zerrenda, egindako ordu kopuruak, eta Udalaren zerbitzura jarritako pertsonalaren baimen-, absentismo- eta formakuntza orduak. 3. Kontratutik eratorritako lanen edo betebeharren ondorioz Udalari edo beste batzuei sortutako kalte guztien kalte-ordainak bere gain hartu beharko ditu. Kaltetzat hartuko dira, halaber, Tolosako Udalaren irudiari eragindakoak. 4. Kontratu honekin eman beharreko zerbitzuagatik adjudikaziodunak jasotako informazio guztia konfidentziala da, eta datuen identitatea eta konfidentziasuna gordeko du. Datu edo informazio horri dagokion sekretu profesionala ez gordetzeagatik eragindako kalteen erantzulea enpresa izango da, nahiz eta bere menpeko langileek eragindakoak izan.	1. Cuando las actividades así lo requieran, será necesario trabajar de forma presencial, por ejemplo, cuando se realicen presentaciones, reuniones, cursos, charlas... Asimismo, y cuando sea necesario, se deberá ofrecer el servicio los fines de semana, por ejemplo, para sacar fotografiar o asistir al mercado semanal o a las ferias especiales. 2. Respetar y cumplir las instrucciones del Ayuntamiento en la prestación del servicio. Y mensualmente, dentro de los 5 días siguientes a la finalización del mes, deberá presentar el informe de rendición de cuentas correspondiente al mes vencido. En ella se hará constar, entre otros, la relación resumen de la actuación, el número de horas realizadas y las horas de permiso, absentismo y formación del personal puesto a disposición del Ayuntamiento. 3. Asumir la indemnización de todos los daños causados al Ayuntamiento o a terceros como consecuencia de los trabajos o requisitos derivados del contrato. También se considerarán daños los causados a la imagen del Ayuntamiento de Tolosa. 4. Se considerará confidencial toda la información que, a consecuencia del servicio a prestar con este contrato, reciba la adjudicataria, que deberá guardar la identidad y la confidencialidad de los datos. La empresa será responsable de los daños causados por no guardar el secreto profesional correspondiente a dichos datos o información, aunque hayan sido causados por el personal a su cargo.



6.- GIZA TALDEA ETA BALIABIDE TEKNIKOAK	6.- EQUIPO HUMANO Y MEDIOS TÉCNICOS
1. Lehiaketara aurkezten diren enpresek haien talde teknikoaren deskribapena aurkeztu beharko dute, bai eta zerbitzua eskaintzeko lanean esku hartuko dutenena ere, eta adierazi beharko dute lehiaketa honen xede diren lanen gisakoetan duten esperientzia. 2. Enpresa esleipendunak jarri beharko ditu kontratuaren xede diren lanak behar bezala aurrera eramateko giza baliabideak eta bitarteko materialak. 3. Honako kontzeptu hauek proposamen ekonomikoan berariaz sartuta daudela ulertuko da: - Informatikako ekipoak, programak eta mantentze-lanak. - Posta eta telefonoa. - Lekualdaketak. - Material suntsikorra eta bulegokoa. - Beste edozein gastu finko. - Zergak (BEZa izan ezik), kontratazio-gastuak eta enpresa irabazia barne. - Pertsonalari dagozkion gastu guztiak (soldatak, aparteko ordainsariak, jaiegunen plusak, etab.), gizarte aseguruak, istripu aseguruak eta abar, eta pertsonala ordezkatzeari ere bai, baja edo absentismo kasuetan, oro har. 4. Enpresa esleipendunak bere bulegoan egingo ditu lanak, eta hilean behin edota gai eta beharren arabera, koordinazio bilerak egingo ditu udaletxean Garapen ekonomikoa, Turismoa, Merkataritza, Azokak eta Enpleguaren Sustapenerako saileko zinegotzi arduradunarekin eta azken honek horretarako izendatutako teknikari(ar)ekin. 5. Enpresa esleipendunak profesional bat izendatuko du zerbitzuen koordinatzaile eta arduradun izan dadin. 6. Halaber, Euskal Autonomia Erkidegoko bi hizkuntza ofizialak ondo erabili beharko ditu,	1. Las empresas deberán aportar la descripción de su equipo técnico, así como equipo humano que intervendrá en la prestación del servicio, con expresión de su experiencia en la ejecución de trabajos similares al del presente concurso. 2. La empresa adjudicataria se compromete a poner todos los recursos humanos y materiales que sean necesarios para el correcto desarrollo del objeto del contrato. 3. En la propuesta económica se entenderán incluidos expresamente los siguientes conceptos: - Equipo, programas y mantenimiento informático. - Correo y teléfono. - Desplazamientos. - Fungibles y material de oficina. - Cualquier otro gasto fijo. - Impuestos (excepto el IVA), gastos de contratación y beneficio empresarial incluidos. - Todos los gastos de personal (salarios, pagas extras, pluses de festivo, etc.) seguros sociales, seguros de accidente, etc. y la sustitución del personal que preste el servicio en caso de baja o absentismo laboral en general. 4. La empresa adjudicataria realizará las tareas en su oficina, y mensualmente o cuando las circunstancias lo requieran, realizará reuniones de coordinación en el ayuntamiento con la concejal responsable y con la persona o personas técnicas que ésta designe del departamento de Desarrollo económico, Turismo, Comercio, Ferias y Fomento del Empleo. 5. La empresa adjudicataria nombrará al o a la profesional que coordine y sea responsable de los servicios. 6. Deberá asimismo dominar ambas lenguas



TOLOSAKO
UDALA

ahoz nahiz idatziz, eta euskara gaitasunari dagokionez, gutxienez Europako Erreferentzia Markoaren C1 gaitasun maila duela egiaztatu beharko du. 7. Langileen altak eta bajak Udalari jakinaraziko zaizkio, profil profesionalari eskatzen zaizkion baldintzak betetzen direla egiaztatzeko.	oficiales de la Comunidad Autónoma Vasca tanto de forma hablada como escrita, y en cuanto a la aptitud de euskara, deberá certificar al menos el nivel C1 del Marco de Referencia Europeo. 7. Las altas y bajas del personal serán notificadas al Ayuntamiento, para la comprobación del cumplimiento de las exigencias de los perfiles profesionales.
--	--

Tolosan, 2021eko azaroaren 19an

Alaine Izaguirre López

ALAINE
IZAGIRRE LOPEZ
- 72490273T

Firmado digitalmente
por ALAINE IZAGIRRE
LOPEZ - 72490273T
Fecha: 2021.11.22
09:44:53 +01'00'

Garapen ekonomikoa, Turismoa, Merkataritza,
Azokak eta Enpleguaren sustapenerako burua