PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS QUE HABRÁ DE REGIR LA LICITACIÓN, MEDIANTE PROCEDIMIENTO ABIERTO, PARA LA CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE ASESORAMIENTO Y CONSULTORÍA EN LAS ACCIONES GENERALES DE COMUNICACIÓN DE FOMENTO DE SAN SEBASTIÁN, S.A., EXCLUYENDO A LA OFICINA DEL PLAN ESTRATÉGICO

1. CONDICIONES BÁSICAS DEL SERVICIO

El objeto del contrato lo constituye la prestación de los servicios de Asesoramiento y Consultoría de las actividades generales de comunicación de Fomento de San Sebastián, S.A., excluyendo la oficina del Plan Estratégico

Para la realización de los servicios objeto de esta contratación, se deberá tener en cuenta, que los servicios que aquí se requieren alcanzan el asesoramiento y consultoría en la definición, planificación, desarrollo y seguimiento las acciones de comunicación de Fomento de San Sebastián, así como la gestión de la presencia en los diferentes medios y canales de comunicación y el conjunto de las relaciones profesionales con los medios.

Esta actividad atenderá las necesidades de comunicación del conjunto de la organización de Fomento excluyendo las de la Oficina del Plan Estratégico, dando coherencia interna a todas ellas mediante las herramientas de comunicación que para ello se requieran (imagen corporativa, mensaje estratégico…), sin perjuicio de las especificidades derivadas de las diversas áreas de actividad de Fomento.

Se excluye de este contrato la realización del **Plan y las Actividades concretas de Comunicación que requieran las iniciativas Específicas y Puntuales, CAMPAÑAS,** que Fomento impulse. No obstante, sí deberá de realizar como más adelante se indica, **LA COORDINACIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN LAS CAMPAÑAS.**

A modo orientativo y no excluyente, la ejecución de este servicio conllevará por parte de la empresa adjudicataria las siguientes actividades, funciones y tareas:

Plan de Comunicación:

- Partiendo del Plan Estratégico de Comunicación establecido por Fomento de San Sebastián, definir y desarrollar las acciones de comunicación general que deberá tener en cuenta todas las áreas de Fomento y marcará las líneas generales y comunes de actuación que deberán ir

siendo desarrolladas a lo largo del año por la empresa adjudicataria de acuerdo al plan estratégico transmitido

- Identificar y gestionar oportunidades para la puesta en valor de las actividades de la Organización.
- Coordinar y generar sinergias entre las diferentes acciones de comunicación realizadas por Fomento de San Sebastián, mejorando la eficiencia y eficacia de los recursos económicos, materiales y humanos destinados a ellas.
- Identificar nuevas herramientas y canales de comunicación y diseñar nuevas campañas y materiales de comunicación que permitan difundir los servicios y proyectos en los que Fomento participe, prestando Asistencia en su implantación y/o desarrollo.
- Identificar nuevas herramientas y canales de comunicación adecuados a la estrategia de transformación digital de Fomento y apoyar en su definición, diseño e implementación.

Imagen corporativa

- Gestionar el uso de la imagen corporativa y de cualquier otra imagen relacionada con Fomento:
    - Diseñar cualquier logo, marca o imagen dentro de Fomento, gestión y mantenimiento de las mismas
    - Realizar el manual de estilo y posicionamiento de imagen y marca de Fomento.
- Diseñar cualquier espacio, interno o externo, que Fomento en general o cualquiera de sus áreas pueda necesitar adaptar a una actividad concreta y, en su caso, apoyar las gestiones que puedan requerirse para la adecuación de los mismos.
- Analizar las páginas Web y herramientas online de Fomento en relación con la imagen ofrecida en las mismas y proponer cambios que aporten una mejor imagen.

Gestión de Redes Sociales

- Participar en la reflexión sobre la estrategia en Redes Sociales de Fomento y coordinar y monitorizar la gestión de las redes sociales de acuerdo a dicha estrategia.
- Gestión y seguimiento de los contenidos en Redes Sociales en relación con las Actuaciones Generales de Fomento, cuando se considere necesario.

  En realización con esta actuación la empresa adjudicataria no deberá de realizar las tareas de Gestión y Seguimiento de los contenidos en Redes Sociales relativos a las Campañas,

Actividades / iniciativas Específicas y Puntuales, que, dado su volumen y especificidad, podrán ser responsabilidad de una empresa especializada en este tipo de actuaciones si así lo estima Fomento, no debiendo la empresa adjudicataria realizar esta actuación.

Coordinación de la comunicación en las Campañas

En la realización de esta actividad, la empresa adjudicataria no deberá de realizar las tareas de **Comunicación Específica** de las Campañas, **Actividades / iniciativas Específicas y Puntuales,** aunque sí será su responsabilidad la preparación la Solicitud de Asistencia en Materia de Comunicación, con la cumplimentación del **Anexo A: Solicitud de asistencia en materia de comunicación específica para una iniciativa o actividad, CAMPAÑA, puntual.** para cada iniciativa o actividad específica que servirá a Fomento para encargar los servicios de comunicación de dichas iniciativas específicas y puntuales, **CAMPAÑAS**, y el seguimiento de las mismas a la empresa adjudicataria de las mismas.

De acuerdo a esto, las tareas concretas a realizar, en las CAMPAÑAS, serán:

- Coordinar cualquier Campaña de Comunicación Específica de una jornada o evento a desarrollar por Fomento, supervisando que dichas labores de Comunicación Específica realizados por la empresa adjudicataria de dichos servicios de Comunicación Específica en Campañas, sea coherente con la estrategia de comunicación general de Fomento
- Prestar apoyo en la definición de las necesidades de Comunicación en de las diversas iniciativas específicas y puntuales para las que Fomento contrate la Comunicación Específico. Para la realización de esta tarea, la empresa adjudicataria preparará el **Anexo A, Solicitud de asistencia en materia de comunicación específica para una iniciativa o actividad, CAMPAÑA, puntual,** obteniendo toda la información necesaria de las personas responsables dentro de Fomento de la Campaña, Actividad / iniciativa Específica y Puntual. En este documento, se concretarán todos los términos del trabajo requerido y servirá a Fomento para encargar los servicios de comunicación específica de dichas iniciativa o actividades, CAMPAÑAS, puntuales

Desarrollo de Contenidos

- Desarrollar contenidos de comunicación necesarios para la ejecución de las acciones de comunicación que se lleven a cabo desde Fomento de San Sebastián, entre otros:
    - notas de prensa
    - contenidos para web y redes sociales

- material publicitario
- folletos
- presentaciones, dossiers
- emailings

- Diseñar los trabajos gráficos y publicitarios relacionados con la actividad general de Fomento objeto de este contrato, así como de los elementos puntuales que puedan requerirse (Diseño de logos, imágenes, flyers, banners, cartelería, vinilos, pantallazos, faldones, lonas, enaras)

Gestión de Medios

- Identificar los medios de comunicación más adecuados a las necesidades de promoción y divulgación detectadas por la sociedad y gestionar la relación con los mismos.
- Elaborar el Plan de Medios General adecuado para comunicar la actividad de Fomento y obtener los objetivos fijados en el plan de comunicación. Este Plan de Medios General para Fomento, deberá elaborarse en el plazo máximo de 2 meses tras la firma del contrato y detallará la propuesta de inserciones por tipología (módulo, cuña, impresión, etc.) y medio (prensa escrita, prensa digital, otras publicaciones periódicas, radio, televisión, redes sociales, plataformas digitales…) y el presupuesto global de la propuesta anual desglosado por medio y soporte. No será objeto del Plan de Medios General, nada de lo relativo a **Campañas, Actividades / iniciativas Específicas y Puntuales** que Fomento impulse.
- Realizar una recopilación detallada de las noticias relacionadas con el ámbito profesional de Fomento y sus líneas estratégicas publicadas en los diferentes medios elaborando el correspondiente Clipping.

Coordinación con la Organización

- Asistir a reuniones semanales y puntuales con la Dirección y los diferentes departamentos para tratar temas relacionados con la Comunicación y los servicios de prensa.
- Llevar a cabo la coordinación con el Servicio de Prensa/Comunicación del Ayuntamiento
- Prestar apoyo técnico al personal de Fomento en las reuniones con diferentes proveedores, que les permita trasmitirles adecuadamente las directrices en materia de Comunicación.

De forma general, en la realización de estos servicios, la empresa adjudicataria deberá aplicar, nuevas ideas y conceptos y utilizar herramientas de gestión, métodos, tareas y prácticas que permitan incrementar el impacto de la comunicación.

Igualmente, en la realización del servicio, especialmente en lo relacionado con la gestión de en medios, los contenidos y su redacción deberán adecuarse al público destinatario y a los diversos medios de comunicación (prensa escrita y digital generalista y especializada, radio, televisión, páginas web, redes sociales, newsletters…) en los términos y con la metodología ofertada por la empresa adjudicataria.

La realización de todas estas funciones será responsabilidad en su totalidad de la empresa adjudicataria. Así, si bien podrá subcontratar las diversas tareas que requiera, previa autorización por parte de Fomento, la empresa adjudicataria deberá asumir todos los costes que su realización pudiera requerir y que no estén descritos como excluidos.

Al comienzo de la prestación del servicio, la empresa adjudicataria deberá conocer con detalle las líneas estratégicas de Fomento de San Sebastián, así como los proyectos en los que se encuentra inmerso o en los que comenzará a trabajar. Para esto, Fomento mantendrá una reunión inicial en la que le trasladará toda la información que posea y crea necesaria, pero será responsabilidad de la empresa adjudicataria, recabarla, organizarla y completarla, contando con la colaboración de la Dirección de Fomento y de todos los departamentos y áreas de Fomento.

A partir de esta información, la empresa adjudicataria deberá realizar como primera parte de la prestación del objeto del contrato, un Análisis de la Estrategia y Actuaciones desarrolladas hasta el momento y un planteamiento de nuevas propuestas en materia de Comunicación y Prensa.

Para el desarrollo de la actuación anteriormente descrita, así como del resto de las actividades objeto de esta contratación, la empresa adjudicataria mantendrá reuniones semanales con la Dirección, además de las que puedan puntualmente requerirse con ésta o con los diferentes departamentos de Fomento. En estas reuniones, se indicará de forma concreta las actuaciones a realizar, acordando los plazos para su ejecución. La empresa adjudicataria, deberá acordar, además, la dedicación a prestar en cada una de las tareas, de acuerdo a lo que Fomento requiera. Semanalmente, la empresa adjudicataria en dichas reuniones, deberá de reportar la situación de cada una de las tareas solicitadas, el tiempo de dedicación empleado y todo esto, deberá de ser validado por las personas responsables dentro de Fomento, antes de su facturación.

Estas reuniones, además, permitirán contrastar cualquier punto que fuera de interés para la Dirección o para los diferentes departamentos de Fomento en materia de comunicación y presencia en medios, y deberán tener como resultado, por una parte, la puesta en marcha de las actuaciones propuestas y acordadas, y, por otra, el adecuado seguimiento de todas las actuaciones una vez ya puestas en marcha.

De forma general, será responsabilidad de la empresa adjudicataria garantizar que todos los contenidos difundidos por cualquier medio y en cualquier soporte (especialmente los difundidos a través de redes sociales) respeten la legalidad vigente y no supongan un menoscabo del buen nombre e imagen ni del Ayuntamiento de San Sebastián, ni de Fomento ni de cualesquiera terceros. Atendiendo lo antedicho, y salvo aquellos supuestos en los que la difusión de un concreto contenido hubiera sido expresamente autorizada por Fomento, la empresa adjudicataria será responsable de toda reclamación relativa a dichos conceptos que puedan plantear terceros ajenos al contrato y deberá indemnizar a Fomento por cualesquiera daños y perjuicios que para la misma o para el Ayuntamiento de San Sebastián, puedan derivarse de dichas reclamaciones.

La prestación del servicio objeto de esta contratación y la realización de las funciones anteriormente descritas deberán ser realizadas por la empresa adjudicataria de acuerdo a los tiempos acordados, siendo responsabilidad de la propia empresa adjudicataria controlar la correcta ejecución de las mismas y reportar semanalmente toda la información relacionada en las reuniones semanales.

Para la realización de todos los trabajos diarios, se requiere que la empresa adjudicataria tenga **Disponibilidad Presencial** de lunes a viernes en horario de 9:00 a 17:00. Dado que esta disponibilidad presencial será para la realización de cualquiera de las actuaciones anteriormente descritas, la disponibilidad deberá de ser para todo el personal mínimo requerido a adscribir a la realización del objeto del contrato. Además, previo aviso y de forma puntual, se podrá requerir que la empresa adjudicataria realice alguna labor pactada en otro horario.

Para la ejecución de las tareas objeto de contrato se estima que se requerirá una dedicación aproximada de 10 horas al día con una dedicación estimada anual de 2.300 horas. Esta dedicación, podrá variar de acuerdo a las necesidades concretas trasladadas por Fomento en las reuniones semanales, pudiendo, previo acuerdo, multiplicarse en épocas de mucha actividad e incluso ser nulas en otras épocas.

Por otra parte, al poder generar el servicio cargas de trabajo no lineales, la organización del servicio y de sus medios (jornada laboral, vacaciones, etc.) será responsabilidad de la propia empresa adjudicataria.

Por otra parte, para dar **Respuesta a las Solicitudes** que en las reuniones semanales o puntuales se planteen desde Fomento, la empresa adjudicataria tendrá un plazo máximo de 2 días para la presentación de una propuesta adecuada, (16 horas laborables, entendidas así de 9 de la mañana a 17 horas de la tarde). A partir de aquí y de acuerdo a la propuesta presentada, el plazo de ejecución será el pactado en la misma entre Fomento y la empresa adjudicataria. Para la **Gestión de contenidos en Redes Sociales,** se requiere que el tiempo máximo de respuesta sea de 4 horas, en el caso de solicitarse, en horario de lunes a viernes 9:00 a 20:00.

Además de la flexibilidad horaria, la empresa adjudicataria deberá tener disponibilidad para desarrollar su prestación de servicio, en las propias instalaciones de Fomento o en las del Excelentísimo Ayuntamiento de San Sebastián o donde por necesidad de la prestación del servicio éste lo requiriera.

Cuando se precise desplazamiento fuera de San Sebastián, de acuerdo al destino, éste será proporcionado por Fomento de San Sebastián, y en el caso de incurrir en algún gasto, éste será facturado por separado, justificando dicho gasto con los tickets correspondientes e indicando que se trata de facturación por gastos incurridos, sin IVA como GASTOS SUPLIDOS.

La empresa licitadora deberá contar con medios propios para el desempeño del servicio solicitado. Solo en el caso de que sea necesario el acceso a información interna, Fomento pondrá a disposición del adjudicatario, los medios necesarios para ello.

En San Sebastián a 11 de marzo de 2022

MARIA SOLEDAD GARMENDIA BELOQUI - 15968224Z
2022.03.16 12:47:54 +01'00'

Marisol Garmendia Beloqui
Vicepresidenta de Fomento de San Sebastián, S.A.

Anexo A: Solicitud de asistencia en materia de comunicación específica para una iniciativa o actividad, CAMPAÑA, puntual.

Campaña / Proyecto:_____
Departamento:_____
Responsable:_____
Fecha Solicitud:_____

CONTEXTO/ANTECEDENTES: (Sirve para contar la situación en la que surge la necesidad de comunicación. Si es consecuencia de una situación específica, si es la evolución de otro proyecto, si se debe a circunstancias externas, como un cambio de legislación, o por el contrario es una medida correctiva a un proyecto fracasado)

PÚBLICO OBJETIVO: (¿cuál es el público objetivo al que no queremos dirigir? Describir lo más específicamente posible los datos del target al que nos dirigimos. Si son personas: edad, sexo, ocupación, estatus social, nivel económico, domicilio… o, en su caso, la tipología de las empresas, instituciones, organismos, etc. a las que nos dirigimos.)

ÁMBITO: (¿local? ¿estatal? ¿europeo? ¿internacional?)

COMPETENCIA: (cuáles son los principales proyectos competidores o que sirven de referencia.)

¿QUÉ NOS DIFERENCIA DE OTROS PROYECTOS SIMILARES? (Indicar los puntos fuertes y los puntos débiles con respecto a ellos (ya sean de otros organismos locales, estatales o internacionales))

¿HAY ALGÚN PROYECTO DE REFERENCIA AL QUE NOS GUSTARÍA PARECERNOS? (Nombrad e indicad por qué motivo se ha escogido.)

PERSONALIDAD DE LA CAMPAÑA: (¿Cómo queremos que sea nuestra campaña? Principales atributos que debe tener (informativa, creativa, institucional…)

RECURSOS: (Identificad los recursos o materiales imprescindibles para el proyecto (un espacio, una carpa, un galardón, un vídeo, catering, presentador, etc…)

PRESUPUESTO: (Estimación de los recursos que la empresa va a destinar a esta partida.)

CALENDARIO: (Plantead una planificación realista de los tiempos en los que se quiere tener las acciones implementadas. Orientativo.)