Expediente nº: TCC 2025-10

Objeto: CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE ELABORACIÓN DEL PLAN DE MEDIOS PARA LA DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE LA CAMPAÑA "TURISMO MAITEA" Y DE SUS EJES TEMÁTICOS ENMARCADOS EN EL CONGRESO DE SOSTENIBILIDAD SOCIAL – DENTRO DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA – FINANCIADO POR LA UNIÓN EUROPEA – NEXT GENERATION EU.

1. Introducción 3
1.1. Objeto y finalidad del documento 3
1.2. Contexto del contrato y justificación del Congreso 3
1.3. Enfoque institucional y alineación con estrategias de turismo sostenible 4
2. Objeto del contrato 4
3. Alcance del contrato y tareas a realizar 5
- Prestación de los servicios de gestión e inserción de publicidad y contratación de los medios de comunicación para la difusión y promoción de la campaña “Turismo Maitea” y de sus ejes temáticos, enmarcados en el Congreso de Sostenibilidad Social Turística. 5
3.1 Servicios requeridos 6
3.2 Campaña de comunicación multicanal 6
3.3 Ejecución operativa, seguimiento y resultados 8
3.4 Metodología de trabajo 9
4. Beneficiarios y alcance del evento 10
5. Duración y lugar de ejecución 10
6. Equipo requerido 11
6.1: 11
A) Requisitos de la empresa adjudicataria 11
B) Composición del equipo 11
6.2 Sustituciones 12
6.2.1. Sustitución solicitada por el Departamento de Turismo, Comercio y Consumo 12
6.2.2. Sustitución solicitada por la empresa adjudicataria 12
7. Plazos de ejecución 12
7.1. Plan de medios – Difusión y promoción de la campaña “Turismo Maitea” y de sus ejes temáticos, enmarcados en el Congreso de Sostenibilidad Social Turística. 13
7.2. Reuniones de coordinación 13
8. Protección de datos y cumplimiento normativo 14
8.1. Obligaciones en materia de protección de datos 14
8.2. Alcance del tratamiento de datos personales 14
8.3. Medidas de seguridad y confidencialidad 15
8.4. Gestión de derechos de los participantes 15
8.5. Compromiso de cumplimiento y supervisión 15
9. Consideraciones adicionales 15
9.1. Criterios de evaluación y adjudicación 15
9.2. Obligaciones de la empresa adjudicataria 16
9.3. Supervisión y control del contrato 16
9.3.1 Informes de seguimiento 16

1. Introducción

1.1. Objeto y finalidad del documento

El presente Pliego de Prescripciones Técnicas (PPT) tiene como finalidad definir de manera clara y detallada las características, requisitos y condiciones técnicas para la contratación de los servicios necesarios para la elaboración de un Plan de Medios para la difusión y promoción de la campaña "Turismo Maitea" y de sus ejes temáticos, enmarcados en el Congreso de Sostenibilidad Social Turística bajo el marco del Plan de Recuperación transformación y Resiliencia – Financiado por la Unión Europea- Next Generation EU, que se celebrará en Donostia-San Sebastián los días 13 y 14 de octubre de 2025.

Este documento establece el alcance de las prestaciones a contratar, incluyendo las especificaciones técnicas y operativas necesarias para garantizar la correcta planificación, ejecución y cierre del evento. Asimismo, proporciona los criterios de supervisión y control, asegurando la alineación del contrato con los principios y requisitos de los fondos Next Generation EU.

Dado que el congreso se financia a través del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR), enmarcado en el Componente 14: Plan para la Modernización y Competitividad del Sector Turístico, este documento incorpora los principios de sostenibilidad y eficiencia exigidos por la normativa comunitaria y nacional, incluyendo la aplicación del principio DNSH (Do No Significant Harm), la promoción de buenas prácticas medioambientales y la adopción de criterios de transparencia y lucha contra el fraude.

El PPT servirá como base para la redacción de los pliegos de licitación del contrato de servicios, asegurando que todas las condiciones técnicas y operativas se ajusten a los requisitos normativos y administrativos aplicables, así como a los objetivos estratégicos definidos por el Departamento de Turismo, Comercio y Consumo del Gobierno Vasco y Basquetour - Agencia Vasca de Turismo.

1.2. Contexto del contrato y justificación del Congreso

El Congreso de Sostenibilidad Social Turística responde a la necesidad de fortalecer el papel del turismo como motor de desarrollo social, promoviendo modelos más equitativos, inclusivos y responsables. En un contexto en el que la sostenibilidad ambiental ha cobrado gran protagonismo, la dimensión social del turismo sigue siendo un reto clave para mejorar la percepción del sector, garantizar condiciones laborales dignas y fomentar la integración de comunidades locales en la actividad turística.

Este evento se enmarca en las líneas estratégicas de Basquetour - Agencia Vasca de Turismo, entidad pública dependiente del Departamento de Turismo, Comercio y Consumo del Gobierno Vasco, cuya misión es impulsar el desarrollo y la competitividad del sector turístico en Euskadi. Entre sus objetivos principales se encuentran:

- Promover un turismo responsable y sostenible, alineado con los valores del Código Ético del Turismo de Euskadi.
- Mejorar la competitividad del sector mediante la innovación y la cooperación entre los diferentes agentes turísticos.
- Sensibilizar a profesionales y sociedad sobre la importancia de la sostenibilidad social como eje central de un modelo turístico equilibrado.

El congreso servirá como punto de encuentro para personas expertas, profesionales del sector turístico y representantes institucionales, con el fin de compartir conocimientos, identificar buenas prácticas y establecer compromisos concretos para la integración de criterios de sostenibilidad social en la planificación y gestión turística.

Además, este evento se alinea con el objetivo del Gobierno Vasco de posicionar Euskadi como un referente en turismo sostenible e innovador, promoviendo la colaboración público-privada y fortaleciendo el atractivo del destino en base a valores de calidad, inclusión y responsabilidad social.

1.3. Enfoque institucional y alineación con estrategias de turismo sostenible

El Congreso de Sostenibilidad Social Turística no es una iniciativa aislada, sino que forma parte de un enfoque estratégico más amplio impulsado por el Gobierno Vasco, a través del Departamento de Turismo, Comercio y Consumo y Basquetour - Agencia Vasca de Turismo.

En este sentido, el congreso se alinea con:

- La Estrategia de Turismo Responsable de Euskadi 2030, que prioriza la sostenibilidad como eje central del desarrollo turístico.
- El Código Ético del Turismo de Euskadi, que promueve la responsabilidad social y la integración de las comunidades locales en la actividad turística.
- Las políticas europeas de transformación del turismo, que refuerzan la sostenibilidad como un criterio esencial para el acceso a financiación y programas de desarrollo sectorial.

Este evento servirá, por tanto, como una plataforma para avanzar en estos objetivos, facilitando el intercambio de conocimientos y experiencias que contribuyan a la consolidación de Euskadi como destino turístico sostenible y socialmente responsable.

2. Objeto del contrato

El objeto del contrato es la contratación de los servicios necesarios para la elaboración de un Plan de Medios para la difusión y promoción de la campaña “Turismo Maitea” y de sus ejes temáticos, enmarcados en el Congreso de Sostenibilidad Social Turística bajo el marco del Plan de Recuperación transformación y Resiliencia – Financiado por la Unión Europea- Next Generation EU.

El congreso tiene como finalidad convertirse en un espacio de referencia para el análisis, debate y promoción de la sostenibilidad social en el turismo, reuniendo a personas expertas, profesionales del sector, representantes institucionales y otros agentes clave.

Estos servicios deberán ejecutarse con arreglo a los principios de sostenibilidad, accesibilidad, inclusión, eficiencia y calidad, garantizando la coherencia institucional y la adecuada coordinación entre el adjudicatario del Lote 1 del contrato TCC 2025-08 de Contratación de los servicios necesarios para la organización del Congreso de Sostenibilidad Social Turística y de este contrato.

Las actuaciones requeridas se detallan en el siguiente apartado.

3. Alcance del contrato y tareas a realizar

El presente apartado detalla las tareas y servicios que deberán ser desarrollados por la empresa adjudicataria.

El alcance del contrato incluye la creación, gestión y contratación de medios de la estrategia de comunicación asociada al congreso y a la campaña “Turismo Maitea”, garantizando la adecuada cobertura técnica, logística, operativa y promocional del evento.

El contrato conlleva una serie de actuaciones específicas, siendo responsabilidad de la adjudicataria asumir la ejecución integral de sus tareas, incluyendo la gestión económica de todos los servicios asociados.

- Prestación de los servicios de gestión e inserción de publicidad y contratación de los medios de comunicación para la difusión y promoción de la campaña “Turismo Maitea” y de sus ejes temáticos, enmarcados en el Congreso de Sostenibilidad Social Turística.

La estrategia turística de Euskadi se articula en torno a los principios del Código Ético del Turismo de Euskadi, un marco de referencia que promueve un modelo turístico más responsable, sostenible, inclusivo y alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Este código establece los valores compartidos por los agentes del sector turístico y la ciudadanía vasca, buscando consolidar una visión del turismo como herramienta de cohesión y desarrollo territorial.

Con el fin de difundir y sensibilizar a la sociedad vasca sobre estos principios, el Departamento de Turismo del Gobierno Vasco impulsó la campaña audiovisual **"Turismo Maitea"**, centrada en una narrativa emocional, cercana y basada en el orgullo colectivo por el modelo turístico de Euskadi. Esta campaña se concreta en una serie de piezas audiovisuales disponibles en el siguiente enlace:

https://www.youtube.com/playlist?list=PLEnREVMb3MusoIQznKySQEPnPIr6MXypk

Asimismo, como herramienta clave para la difusión y sensibilización en torno al Código Ético del Turismo de Euskadi, se celebrará el Congreso de Sostenibilidad Social Turística, cuya organización se recoge en el Lote 1 del contrato TCC 2025-08 de Contratación de los servicios necesarios para la organización del Congreso de Sostenibilidad Social Turística, a celebrar en Donostia – San Sebastián en octubre de 2025 y para la gestión y compra del plan de medios para la difusión y promoción de la campaña “Turismo Maitea” y de sus ejes temáticos, enmarcados en el Congreso en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia - Financiado por la Unión Europea – NextGenerationEU.

En el marco de este congreso, se desarrollará una **campaña de medios orientada a dar visibilidad a la campaña “Turismo Maitea”.**

Esta campaña deberá tener un marcado carácter pedagógico y transformador, con especial foco en las generaciones más jóvenes, contribuyendo así a posicionar el turismo como un elemento estratégico para el desarrollo sostenible de Euskadi.

La campaña de medios deberá contribuir al cumplimiento de los siguientes objetivos:

Objetivos estratégicos:

1. Sensibilizar a la ciudadanía vasca sobre la importancia de un modelo de turismo sostenible, responsable y alineado con los valores del territorio.

2. Reforzar el posicionamiento del turismo como motor de cohesión social, desarrollo territorial y bienestar colectivo en Euskadi.

Objetivos operativos y de comunicación:

1. Promocionar la campaña “Turismo Maitea” como eje principal de sensibilización en torno al turismo sostenible.

2. Asegurar la difusión y el alcance de la campaña “Turismo Maitea” entre la ciudadanía vasca, con especial atención a las generaciones más jóvenes.

3. Dar a conocer el Código Ético del Turismo de Euskadi como referente de buenas prácticas y compromiso con el desarrollo sostenible del sector.

3.1 Servicios requeridos

El adjudicatario será responsable, principalmente, de **diseñar, ejecutar y monitorizar una campaña multicanal efectiva**, maximizando el rendimiento del presupuesto asignado. Para ello, deberá configurar un mix de medios eficaz, combinando los canales, formatos y soportes más adecuados en función de los públicos objetivo definidos.

La planificación deberá ser validada por el órgano contratante antes de su implementación, y podrá ser ajustada a lo largo de la ejecución para optimizar su impacto y cobertura.

El servicio contratado incluirá, como mínimo, las siguientes prestaciones:

- Planificación estratégica de la campaña, considerando los objetivos de comunicación, los públicos destinatarios y las distintas tipologías de canales y formatos más adecuados para su alcance.
- Compra de los medios correspondientes y negociación de soportes.
- Ejecución, dinamización y monitorización de la campaña en los diferentes medios y canales.
- Elaboración de un informe final de resultados, con métricas clave de rendimiento y análisis de impacto.

3.2 Campaña de comunicación multicanal

El objetivo principal de la campaña de comunicación es promover el conocimiento del Código Ético del Turismo de Euskadi, sensibilizando a la ciudadanía sobre el papel estratégico del turismo como motor de riqueza, cohesión y sostenibilidad.

En cumplimiento de la obligación establecida por el artículo 9 de la Orden HFP/1030/2021, de 29 de septiembre, por la que se configura el sistema de gestión del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, en todos los documentos y en todas las actuaciones de comunicación relacionadas con la ejecución del contrato en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, se deberán cumplir las obligaciones en materia de comunicación del punto 41.4 de pliego de cláusulas administrativas particulares de este contrato.

La campaña multicanal deberá contemplar un plan de medios integrado e innovador, que asegure una cobertura amplia y relevante.

Ésta deberá incluir al menos:

Medios digitales

- **Social Ads:** campañas específicas en **Facebook**, **Instagram y TikTok**, con formatos atractivos y segmentaciones adecuadas para los objetivos de alcance y visibilidad.

- **Publicidad display:** El servicio incluirá la planificación, ejecución y optimización de acciones de publicidad digital en formato display, orientadas a maximizar la visibilidad de la campaña "Turismo Maitea" entre la ciudadanía vasca. Este servicio podrá contemplar la compra de espacios publicitarios tanto mediante contratación directa con medios de interés para el público objetivo como a través de plataformas de compra programática, siempre que se garantice la transparencia, una segmentación eficaz del público objetivo y la optimización del rendimiento. Los formatos podrán incluir banners estáticos o animados, creatividades en distintos tamaños y adaptaciones responsive para entornos web, mobile y aplicaciones. Se valorará especialmente la capacidad del adjudicatario para seleccionar soportes y ubicaciones con alta afinidad temática y geográfica.

- **Publicidad nativa:** El servicio deberá contemplar asimismo acciones de publicidad nativa, entendida como la inserción de contenidos promocionales integrados de forma contextual y editorial en medios digitales, adoptando el tono, el estilo y el formato del medio en el que se difunden. Estos contenidos deberán tener un enfoque informativo, inspirador o divulgativo, orientado a transmitir los valores de la campaña **"Turismo Maitea" y del Código Ético del Turismo de Euskadi** de manera natural y no intrusiva. El adjudicatario será responsable de la propuesta de medios con alta afinidad temática y capacidad de segmentación geográfica.

Publicidad exterior y medios tradicionales:

El mix de medios podrá contemplar la inclusión de soportes tradicionales y/o publicidad exterior —como vallas, marquesinas u otros espacios públicos de interés— siempre que se justifique su idoneidad en función de los objetivos de la campaña. No obstante, la planificación deberá priorizar de forma clara los entornos y formatos digitales, que deberán constituir el eje principal de la estrategia de difusión, garantizando una mayor afinidad y alcance efectivo sobre el público objetivo definido.

Podcasts:

- **2 episodios de videopodcast**, grabados en localizaciones estratégicas del territorio.
    - Se deberá integrar la temática en 2 podcasts ya consolidados, de consumo libre (es decir, que no formen parte únicamente de plataformas de pago) y con targets complementarios:
        - Audiencia adulta, familiar, interesada en experiencias auténticas.
        - Público joven y diverso, especialmente Gen Z y comunidad LGBTIQ+.
    - Las temáticas que se tratarán en cada episodio del podcast serán: el turismo estacional, la memoria del turismo, el turismo natural como herramienta para poner en valor lo local, y el turismo gastronómico como vehículo para preservar la identidad. En caso de que la empresa adjudicataria proponga nuevas temáticas, estas deberán contar con la aprobación previa del organismo contratante.

- El formato deberá seguir un estilo conversacional, natural y emocional, con invitados locales y perfiles conocidos (creadores de contenido vascos y/o profesionales del sector turístico).
- El tono será cercano, reflexivo y orgánico, ideal para favorecer la viralización en RR.SS.
- Las grabaciones serán al aire libre en entornos icónicos para reforzar el vínculo emocional con el territorio. La empresa adjudicataria contará con el apoyo del equipo del Departamento de Turismo del Gobierno Vasco para la organización de las localizaciones.
- Invitados: Cada podcast deberá contar con un mínimo de un invitado cuyos perfiles estén alineados con las características de los distintos públicos objetivo. Los invitados deberán ser personas vascas, con relevancia en redes sociales, y que sean creadores de contenido y/o profesionales vinculados al sector turístico.
- Difusión: Los episodios y las temáticas abordadas deberán difundirse de forma orgánica en Instagram y TikTok, tanto a través de las cuentas oficiales de cada podcast como de los perfiles de sus presentadores/ conductores e invitados.
- Timing: La grabación tendrá lugar durante el mes de septiembre y su emisión será entre octubre y noviembre, aproximadamente. Las fechas definitivas se concretarán a la firma del contrato.

3.3 Ejecución operativa, seguimiento y resultados

La empresa adjudicataria deberá asegurar una ejecución eficaz y profesional de la campaña de medios, conforme a los objetivos definidos por la Administración. Para ello, deberá cumplir con los siguientes requisitos:

a) Ejecución técnica y de seguimiento

- Implementar los formatos y soportes previstos en la planificación aprobada, asegurando el cumplimiento de los estándares técnicos de cada canal.
- Revisar que todos los materiales creativos y publicitarios cumplan los principios de accesibilidad, inclusión y adecuación institucional.
- Monitorizar el rendimiento de la campaña en tiempo real, con capacidad para introducir ajustes o refuerzos si se detectan desviaciones respecto a los objetivos de alcance, frecuencia o engagement.

- Coordinarse con el equipo responsable Lote 1 del contrato TCC 2025-08 de Contratación de los servicios necesarios para la organización del Congreso de Sostenibilidad Social Turística y con el equipo responsable de la campaña de la Administración para mantener la coherencia narrativa, estética y estratégica de todos los materiales vinculados al Congreso y a la campaña “Turismo Maitea”.

b) Justificación técnica y entregables

Al finalizar la campaña, la empresa adjudicataria deberá entregar un informe final de resultados, en un plazo máximo de 20 días naturales. Este informe deberá incluir como mínimo:

- Descripción de la planificación ejecutada: medios, formatos, soportes y calendario
- Datos agregados y por canal: alcance, impresiones, visualizaciones, clics, interacciones, frecuencia, etc.
- Evidencias documentales de las inserciones: capturas, links, reportes de medios, etc.
- Análisis de impacto cualitativo: valoración inicial, con explicación de los ajustes realizados.
- Recomendaciones finales.

3.4 Metodología de trabajo

La empresa adjudicataria deberá presentar una propuesta metodológica clara y estructurada que contemple, al menos las siguientes fases:

Fase 1: Análisis y planificación estratégica

- Reunión inicial de alineamiento: encuentro con el órgano contratante para revisar objetivos, públicos, mensajes clave y criterios de segmentación.
- Definición del mix de medios según público objetivo: Selección de canales, formatos y soportes más adecuados para alcanzar al público objetivo, considerando la eficacia y eficiencia presupuestaria.
- Elaboración del plan de medios: detallando cronograma, distribución presupuestaria, objetivos por canal y KPIs asociados.

Fase 2: Diseño y validación del plan de medios

- Propuesta y validación del plan de medios.
- Relación de creatividades y características. La Administración proporcionará todo el material gráfico necesario.
- Validación de contenidos: Revisión de los materiales para su aprobación, envío de las creatividades antes de la difusión.

Fase 3: Implementación y difusión

- Compra y gestión de espacios publicitarios: Negociación y contratación de espacios en medios seleccionados, asegurando la optimización de la inversión.
- Lanzamiento de la campaña: coordinación del inicio de la difusión en los distintos canales, garantizando los envíos de las creatividades, la sincronización y coherencia de los mensajes, coordinándose con el responsable de la Administración y el diseñador de la campaña *“Turismo Maitea”.*
- Gestión del podcast: coordinación con podcasters, creadores de contenido y otros perfiles de invitados, asegurando en todo momento su alineación con los objetivos globales de la campaña.

Fase 4: Seguimiento y optimización

- Monitorización continua: Seguimiento de la campaña mediante (Meta Business Suite, Google Analytics 4, plataformas DSP, etc.), con análisis de KPIs como CPM, CPC, CTR, engagement u otros indicadores relevantes según canal.
- Informes intermedios: Elaboración de reportes quincenales que reflejen el avance de la campaña, incluyendo:
    - Datos cuantitativos de rendimiento
    - Identificación de posibles desviaciones o puntos críticos
    - Valoración cualitativa del impacto sobre la notoriedad, percepción y engagement de la campaña
- Reuniones de seguimiento: Coordinación de reuniones periódicas para realizar el seguimiento y revisar el progreso, compartir aprendizajes preliminares y acordar posibles ajustes estratégicos o tácticos en la ejecución del plan de medios.

Fase 5: Evaluación y cierre

- Informe final de resultados: Entrega de documento detallado que incluya el análisis de los KPIs establecidos, alcance de la campaña, retorno de la inversión, valoración cualitativa del impacto en notoriedad y percepción

4. Beneficiarios y alcance del evento

El target principal es la sociedad vasca, con un foco específico en los segmentos millennial (25-40 años) y generación Z (18-24 años). Se trata de colectivos especialmente receptivos a los mensajes vinculados a la gestión sostenible del destino, con una alta sensibilidad hacia los valores éticos, una marcada conciencia social, un papel activo como agentes de cambio y un consumo intensivo de medios digitales, lo que los convierte en públicos estratégicos para la difusión de los valores del turismo responsable.

5. Duración y lugar de ejecución

El contrato tendrá una duración desde el día siguiente hábil a la fecha de formalización hasta la finalización de todas las tareas de ejecución, entrega de resultados y justificación con fecha límite 31 de diciembre de 2025.

Las fases y fechas clave son:

- **Inicio y coordinación inicial:** Inmediatamente tras la formalización y antes de siete días, la empresa adjudicataria deberá reunirse con la Administración para alinear los objetivos de la campaña, validar la estrategia y consensuar la planificación y coordinarse con la empresa adjudicataria del Lote 1 del contrato TCC 2025-08 de Contratación de los servicios necesarios para la organización del Congreso de Sostenibilidad Social Turística.
- **Diseño y validación del plan de medios:** Propuesta y validación del plan de medios y presentación de la relación de materiales y características técnicas para cada creatividad dentro de las dos /tres primeras semanas desde el inicio del contrato.
- **Implementación de la campaña:** La implementación de la campaña se llevará a cabo preferentemente entre la formalización y mediados de octubre de 2025, incluyendo la

contratación, gestión, coordinación y entrega de creatividades.

- **Seguimiento, optimización y entrega de informes:** Durante toda la ejecución del contrato se realizará la monitorización y elaboración de informes continua y reuniones de seguimiento. El informe final con resultados agregados deberá entregarse antes del 31 de diciembre de 2025.

La ejecución del contrato se desarrollará principalmente en el ámbito del País Vasco, considerando una segmentación territorial por territorios históricos, para garantizar cobertura equilibrada. Las acciones en medios y redes se dirigirán al conjunto de la ciudadanía vasca, con especial atención a los segmentos millenial y generación Z.

6. Equipo requerido

6.1 Para la correcta ejecución del congreso, la empresa adjudicataria deberá contar con un equipo multidisciplinar que garantice la planificación, gestión y desarrollo de todas las actividades previstas en este pliego

A) Requisitos de la empresa adjudicataria

La empresa adjudicataria deberá poseer capacidad y experiencia demostrada en la gestión de campañas de comunicación de similar envergadura. Para ello, deberá cumplir los siguientes requisitos mínimos:

- Capacidad técnica y operativa: Deberá disponer de un equipo multidisciplinar especializado en la gestión, planificación, análisis y compra de medios.
- Cumplimiento normativo: Deberá garantizar que todos los servicios prestados cumplen con la normativa vigente en materia de accesibilidad, sostenibilidad, seguridad y protección de datos.
- Infraestructura y recursos: Deberá disponer de los medios materiales y tecnológicos adecuados para la planificación, ejecución y seguimiento del congreso.

B) Composición del equipo

El equipo de trabajo deberá estar compuesto, como mínimo, por los siguientes perfiles:

Dirección y coordinación (personal adscrito al contrato)

- **Coordinador/a general (director de cuentas):** Persona responsable de la interlocución directa con el Departamento de Turismo, Comercio y Consumo, así como de la supervisión global de la campaña. Lidera la gestión operativa de la campaña asegurando su correcta planificación, ejecución y evaluación.

  Se requiere titulación universitaria en Turismo, Comunicación, Publicidad y Relaciones Públicas, Periodismo o áreas afines, y un mínimo de 5 años de experiencia demostrable en el dominio de las estrategias online y offline de campañas de características similares.

- **Ejecutivo de cuentas y coordinador global de la campaña:** Persona responsable de la coordinación técnica y operativa de la campaña, incluyendo la planificación, supervisión y de la coordinación en tiempo real.

  Se requiere un mínimo de 3 años de experiencia demostrable en la organización de campañas de características similares y dominar los canales online y offline.

Al menos uno de los dos miembros del equipo de dirección y coordinación deberá contar con un nivel mínimo B2 de euskera

La empresa adjudicataria deberá acreditar la experiencia y cualificación de cada miembro del equipo, aportando curriculums detallados y titulaciones o referencias profesionales.

6.2 Sustituciones

Para garantizar la calidad y continuidad en la ejecución del congreso, cualquier sustitución de los perfiles clave deberá cumplir con los siguientes procedimientos y requisitos.

6.2.1. Sustitución solicitada por el Departamento de Turismo, Comercio y Consumo

El Departamento de Turismo, Comercio y Consumo podrá solicitar la sustitución de cualquier persona del equipo de la empresa adjudicataria si existen razones justificadas que lo aconsejen, tales como:

- Falta de cumplimiento de sus funciones o desempeño inadecuado
- Incumplimiento de los requisitos de experiencia y formación exigidos en el pliego
- Cualquier otra circunstancia que afecte negativamente al correcto desarrollo del congreso.

La solicitud de sustitución deberá notificarse con un preaviso mínimo de 15 días naturales. En este plazo, la empresa adjudicataria deberá proponer un/a candidato/a alternativo/a con un perfil de igual o superior cualificación y experiencia, que deberá ser aprobado por el Departamento de Turismo.

6.2.2. Sustitución solicitada por la empresa adjudicataria

En caso de que la empresa adjudicataria necesite reemplazar a cualquier miembro del equipo, deberá:

- Notificar la solicitud con al menos 15 días naturales de antelación (excepto en casos de fuerza mayor)
- Presentar un candidato/a con cualificación equivalente o superior dentro de dicho plazo
- Obtener la aprobación previa del Departamento de Turismo y Comercio antes de formalizar el cambio.

En situaciones de fuerza mayor, la empresa adjudicataria deberá comunicarlo de inmediato y proponer una solución provisional que garantice la continuidad del servicio hasta que se apruebe la sustitución definitiva.

7. Plazos de ejecución

La ejecución de los servicios objeto de este contrato se extenderá desde la adjudicación hasta el 31 de diciembre de 2025, según las especificaciones técnicas.

La empresa adjudicataria será responsable del cumplimiento de los hitos y entregables tal como se definen a continuación:

7.1 Plan de medios – Difusión y promoción de la campaña “Turismo Maitea” y de sus ejes temáticos, enmarcados en el Congreso de Sostenibilidad Social Turística.

Fase	Tareas principales	Plazo estimado
Inicio y coordinación inicial	Reunión inicial de alineamiento con la Administración para revisión de objetivos, mensajes clave, públicos, mix de medios y coordinación con la empresa adjudicataria del Lote 1 del contrato TCC 2025-08 de Contratación de los servicios necesarios para la organización del Congreso de Sostenibilidad Social Turística.	Primeros 7 días tras la adjudicación.
Diseño y validación del plan de medios	Propuesta y validación de plan de medios. Creación de la relación de materiales creativos necesarios.	Semana 2 y 3 tras la formalización
Implementación de la campaña	Contratación y gestión de espacios publicitarios. Coordinación del lanzamiento de la campaña.	Desde la formalización a mediados de octubre de 2025.
Seguimiento y optimización	Monitorización del rendimiento. Informes intermedios, reuniones quincenales de seguimiento y ajustes	Durante toda la ejecución del contrato.
Reunión post evento	Reunión de balance y presentación de los primeros resultados.	Hasta 15 días naturales tras la finalización del congreso.
Evaluación y cierre	Entrega del informe final con el análisis de resultados, KPIs, impacto cualitativo.	Hasta el 31 de diciembre de 2025.

7.2. Reuniones de coordinación

Para garantizar el correcto desarrollo del congreso, la empresa adjudicataria de este contrato como la empresa adjudicataria del Lote 1 del contrato TCC 2025-08 de Contratación de los servicios necesarios para la organización del Congreso de Sostenibilidad Social Turística, a celebrar en Donostia – San Sebastián en octubre de 2025 y para la gestión y compra del plan de medios para la difusión y promoción de la campaña “Turismo Maitea” y de sus ejes temáticos, enmarcados en el Congreso en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia - Financiado por la

Unión Europea – NextGenerationEU deberán mantener reuniones periódicas de coordinación con el Departamento de Turismo, Comercio y Consumo y con otros agentes implicados en la organización.

Frecuencia mínima de las reuniones:

- Reunión inicial en los primeros 7 días tras la adjudicación del contrato para definir el plan de trabajo y el cronograma detallado
- Reuniones de seguimiento quincenales hasta un mes antes del congreso.
- Reuniones semanales en el último mes previo al evento, asegurando la coordinación final
- Reunión de balance post-evento: En un plazo máximo de 15 días naturales tras la finalización del congreso, con el objetivo de evaluar el desarrollo del evento y el cumplimiento de los objetivos establecidos en cada caso
- Reunión de cierre y justificación: En un plazo máximo de 15 días naturales tras la reunión de balance post-evento, para:
    - Coordinar la entrega de la memoria final del congreso
    - Presentar la justificación económica completa
    - Resolver cualquier aspecto administrativo pendiente

Obligaciones adicionales:

- La empresa adjudicataria deberá elaborar actas de cada reunión, resumiendo los acuerdos alcanzados, los hitos cumplidos y las tareas pendientes.

8. Protección de datos y cumplimiento normativo

Las disposiciones recogidas en este apartado serán de obligado cumplimiento la empresa adjudicataria, en la medida que sus actividades implique el tratamiento de datos personales conforme a las funciones y responsabilidades establecidas en el presente pliego técnico.

8.1. Obligaciones en materia de protección de datos

La empresa adjudicataria será responsable del tratamiento de los datos personales recopilados en el marco del congreso, debiendo garantizar su gestión conforme a la normativa vigente, incluyendo:

- Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales (RGPD)
- Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales (LOPDGDD)
- Reglamento Delegado (UE) 2021/1078, aplicable a los proyectos financiados con fondos europeos, garantizando la protección y confidencialidad de los datos recogidos.

8.2. Alcance del tratamiento de datos personales

La empresa adjudicataria deberá implementar medidas adecuadas para la captación, tratamiento, almacenamiento y eliminación de los datos personales recogidos en el marco del evento,

incluyendo:

- Datos de asistentes, personas expertas en el escenario, obtenidos a través del sistema de inscripción y acreditación
- Datos de contacto de los participantes para comunicaciones informativas y organizativas
- Preferencias de accesibilidad y alimentación, en caso de ser requerido por los asistentes
- Imágenes y grabaciones audiovisuales del evento, conforme a los permisos obtenidos.

8.3. Medidas de seguridad y confidencialidad

La empresa adjudicataria deberá:

- Implementar medidas técnicas y organizativas adecuadas para garantizar la seguridad de los datos y prevenir accesos no autorizados, pérdidas o alteraciones
- Garantizar que los datos personales serán utilizados exclusivamente para los fines del congreso y que no se compartirán con terceros no autorizados
- Establecer mecanismos de acceso restringido a la base de datos, garantizando que solo el personal autorizado pueda gestionar la información
- Cumplir con la obligación de conservación y eliminación de datos, asegurando la eliminación de toda la información una vez finalizado el período de justificación del evento, salvo aquellos datos que deban conservarse por obligación legal.

8.4. Gestión de derechos de los participantes

La empresa adjudicataria deberá informar a los participantes sobre:

- El uso de sus datos personales y su finalidad
- Los derechos de acceso, rectificación, supresión, limitación y oposición al tratamiento de sus datos
- Los canales para ejercer estos derechos, asegurando la respuesta en un plazo no superior a un mes.

8.5. Compromiso de cumplimiento y supervisión

- La empresa adjudicataria deberá firmar un compromiso de cumplimiento de la normativa de protección de datos antes de iniciar el tratamiento de la información
- La administración podrá realizar auditorías o solicitar informes de cumplimiento durante la ejecución del contrato
- Cualquier incidencia o brecha de seguridad en el tratamiento de datos deberá ser comunicada a la administración en un plazo máximo de 24 horas, conforme al artículo 33 del RGPD.

9. Consideraciones adicionales

9.1. Criterios de evaluación y adjudicación

Los criterios de valoración de las ofertas y el sistema de puntuación aplicable a la licitación se establecerán en el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares (PCAP). La empresa adjudicataria deberá ajustarse a dichos criterios en todas las fases de ejecución del contrato.

9.2. Obligaciones de la empresa adjudicataria

Las responsabilidades específicas de la empresa adjudicataria en relación con el cumplimiento de los contratos, condiciones económicas y obligaciones legales estarán detalladas en el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares (PCAP).

Además, la empresa adjudicataria deberá:

- Garantizar el cumplimiento estricto de los plazos y obligaciones definidas en estos pliegos.
- Aplicar criterios de sostenibilidad, accesibilidad y equidad de género en todas las acciones del congreso.
- Asignar un equipo humano suficiente con la dedicación necesaria para poder garantizar el buen desarrollo del objeto del contrato según los requerimientos técnicos establecidos, y que tendrá que disponer de la experiencia específica mínima establecida en este documento.
- Responder ante cualquier incidencia operativa, proponiendo soluciones inmediatas a la Administración.
- Respetar las directrices en materia de protección de datos y confidencialidad de la información tratada durante el evento.

9.3. Supervisión y control del contrato

La correcta ejecución del contrato será supervisada por el Departamento de Turismo, Comercio y Consumo, conforme a los mecanismos de seguimiento y control establecidos en los pliegos administrativos.

El seguimiento del contrato incluirá:

- Supervisión periódica del cumplimiento del cronograma del evento, evaluando cada una de las fases del congreso
- Control de calidad de los servicios prestados, con revisiones específicas en áreas clave como acreditaciones, comunicación, logística, protocolo y atención a asistentes
- Verificación del cumplimiento de criterios de sostenibilidad y accesibilidad, asegurando que todas las acciones cumplen con los requisitos establecidos en los pliegos
- Auditoría económica y justificación de gastos, garantizando el uso adecuado de los fondos públicos y su alineación con los requisitos del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR).

9.3.1 Informes de seguimiento

La empresa adjudicataria deberá presentar informes de seguimiento según lo requiera el Departamento de Turismo, Comercio y Consumo incluyendo avances en la organización,

cumplimiento de hitos, y posibles incidencias

Vitoria-Gasteiz, a fecha de la firma electrónica.

CLARA NAVAS ROMANO - 16259560D

Firmado digitalmente por CLARA NAVAS ROMANO - 16259560D
Fecha: 2025.07.23 09:44:42 +02'00'

Izp/Fdo: Clara Navas Romano
TURISMO ETA OSTALARITZAKO ZUZENDARIA
DIRECTORA DE TURISMO Y HOSTELERÍA