

Baldintza teknikoen orria
Pliego de prescripciones técnicas particulares

DOSIER ZK. - N° EXPEDIENTE:

2025/CO_ASER/0067

PLIEGO DE CLÁUSULAS TÉCNICAS PARTICULARES DEL AYUNTAMIENTO DE VITORIA-GASTEIZ PARA LA CONTRATACIÓN MEDIANTE PROCEDIMIENTO Abierto

Expediente : 2025/CO_ASER/0067

Título : Campaña de comunicación para la puesta en valor del sector del comercio local de Vitoria-Gasteiz

Departamento : EKONOMIA,SUSTAPENA,ENPLEGUA,MERKATARITZA ETA TURISMOA
PROMOCIÓN ECONÓMICA, EMPLEO, COMERCIO Y TURISMO

Código CPV : 79340000 Servicios de publicidad y marketing
79341400 Servicios de campañas de publicidad

1.- OBJETO DEL CONTRATO

El objeto de este contrato es la realización de una **campaña de comunicación** basada en la creación y producción de una serie de vídeos breves, cuyos protagonistas sean titulares de comercio local de Vitoria-Gasteiz, que contribuyan a **poner en valor el sector del comercio minorista local entre la ciudadanía en general y entre las potenciales personas emprendedoras en particular**.

Para lo cual la empresa deberá:

- Crear el planteamiento estratégico de la campaña de comunicación.
- Crear los vídeos (9), las fotografías (16) y las adaptaciones necesarias para los diferentes soportes de difusión.
- Desarrollar y ejecutar el Plan de medios para la difusión de estas piezas (medios de comunicación, redes sociales) durante un período de 3 meses de duración.

La empresa deberá realizar un total de 9 vídeos: 8 vídeos en los que se reflejen en positivo experiencias de comerciantes locales y un vídeo adicional que reúna las imágenes e ideas fuerza más atractivas extraídas del conjunto de los anteriores. Durante los rodajes se tomarán una serie de fotos fijas (de las que se seleccionarán 16) para ser utilizadas en soportes impresos y/o banners.

Se incluye en este contrato la realización de las adaptaciones necesarias de los vídeos y fotografías a los tamaños y formatos de los principales soportes de difusión del Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz.

La empresa debe destinar aproximadamente un tercio del presupuesto del presente contrato para la ejecución de las acciones previstas en el Plan de medios de la campaña.

2.- OBJETIVOS DEL CONTRATO

- Visibilizar y poner en valor proyectos inspiradores puestos en marcha en el sector del comercio minorista, de forma que se transmitan valores atractivos e ilusionantes, que contrarresten la imagen negativa que se transmite del sector.
- Mejorar la imagen del sector comercial, poniendo el foco en los factores positivos del emprendimiento comercial, de forma que mejore el atractivo del mismo como opción laboral para las nuevas generaciones.
- Aportar argumentos motivadores, aspectos enriquecedores y ventajas que contribuyan a poner en valor el sector comercio como opción laboral de futuro.

Egiaztatzeako kode seguruak (EKS) agiri elektronikoen kopiatan baten osotasuna egiaztatzea ahalbidetzen du, helbide honetan: <https://sedeelectronica.vitoria-gasteiz.org/verifirmav2/>

El código de verificación (CSV) permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: <https://sedeelectronica.vitoria-gasteiz.org/verifirmav2/>

Agiri honek sinadura elektronikoa darama, konfiantzazko zerbitzu elektronikoen alderdi jakin batzuk arautzen dituen azaroaren 11ko 6/2020 Legearen arabera.

Este documento incorpora firma electrónica de acuerdo a la Ley 6/2020, de 11 de noviembre, reguladora de determinados aspectos de los servicios electrónicos de confianza.

Sinatzailearen izena Firmado por	IGNACIO ZABALZA ZUGASTI (Jefatura de Servicio de Comercio de Promoción Económica, Empleo, Comercio y Turismo)		
EKS (Egiaztatzeako Kode Segurua CSV (Código Seguro de Verificación))	6WURB4UQQSOG2BHTSVB2MWOZA	Data eta Ordua Fecha y Hora	23/06/2025 10:41:50
Zerbitzaria Servidor	Ayuntamiento de Vitoria-Gasteizko Udala	Orrialdea Página	1/4


6WURB4UQQSOG2BHTSVB2MWOZA

Baldintza teknikoek orria

Pliego de prescripciones técnicas particulares

- Visibilizar los valores que aporta el comercio local a la ciudad (favorecer la cohesión social y la convivencia, aportar vitalidad a las calles, contribuir a la economía local...) y a las personas que lideran un proyecto profesional en este sector (satisfacción personal, posibilidad de transformar una pasión en un proyecto de negocio, flexibilidad, dinamismo y autonomía, autorrealización y desarrollo personal, interacción social, aportación a la comunidad y a la vida de la ciudad...).

3.- DESCRIPCIÓN DE LOS TRABAJOS A REALIZAR

3.1.- Desarrollar el planteamiento estratégico de la campaña de comunicación

Para conseguir los objetivos de comunicación planteados, la empresa determinará el tono, estilo y lemas/claims de la línea de comunicación de la campaña, que debe servir para reunir los diferentes testimonios de los/las comerciantes participantes, ponerlos en valor y potenciar sus mensajes. Las líneas de comunicación y difusión se crearán en función de los diferentes canales o públicos objetivo de la campaña.

Los claims o lemas incluidos en la propuesta deberán resultar atractivos tanto en euskera como en castellano.

3.2.- Vídeos

Constituyen las piezas de comunicación (y de contenido) principales de la campaña.

El Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz proporcionará a la empresa adjudicataria un listado con los comercios preseleccionados para la grabación de los vídeos. Se tratará de incluir entre ellos una representación de proyectos ilusionantes de emprendimiento comercial, proyectos en los que se haya producido recientemente un relevo en la dirección del comercio (relevo generacional) y comercios con una trayectoria empresarial exitosa en la ciudad.

La grabación de los vídeos se realizará en los propios establecimientos comerciales.

La empresa adjudicataria deberá realizar todas las tareas relacionadas con la creación, rodaje y edición de los vídeos:

- La elaboración del guión o storytelling, en base a las historias reales compartidas por los y las titulares de los comercios seleccionados y los aspectos a visibilizar y destacar en la construcción del relato.
- Realizar las tareas de preproducción y rodaje. La empresa grabará cada vídeo de forma que funcione de manera independiente, como una unidad de contenido, con el fin de poder utilizar cada pieza por separado en los diferentes soportes de comunicación. Las grabaciones se realizarán para posibilitar su adaptación a formatos verticales y horizontales (9:16 y 16:9).
- La edición de los vídeos. Se editarán con efectos sonoros, música y/o voz, para su utilización en soportes con audio. Se deberá introducir los textos en la imagen a modo de infografía o rotulación para aquellos soportes de difusión que sean mudos. También se realizarán las adaptaciones necesarias para los soportes de difusión municipales y del plan de medios.

La duración de los 8 vídeos será de aproximadamente 30 segundos. Se realizarán adaptaciones de menor duración (aproximadamente 10 segundos) en formato stories para RRSS y MUPIS digitales.

Las adaptaciones a los diferentes soportes podrán requerir elementos específicos (animaciones, rótulos...) y duración y formatos adecuados a cada soporte comunicativo.

El vídeo adicional en el que se reflejen las imágenes e ideas fuerza mas atractivas extraídas del conjunto de los anteriores tendrá una duración máxima de 1 minuto.

3.3.- Fotografías

Se tomarán en los mismos escenarios de los vídeos, imágenes creadas en sintonía con las piezas audiovisuales para generar una coherencia comunicativa entre ambos formatos. Deberán tener alta resolución para utilización en diferentes medios y permitir su encuadre a orientaciones verticales y horizontales. Se entregarán en formatos editables para posibilitar la modificación de las mismas por parte de la entidad contratante.

Se presentará una batería de fotografías de las que seleccionar 16 fotografías (2 por comercio).

3.4.- Adaptaciones

La empresa adjudicataria deberá realizar las adaptaciones de dichos elementos gráficos y visuales (imágenes y vídeos) a los tamaños y formatos de los principales soportes de comunicación teniendo como referencia las siguientes indicaciones:

3.4.1.- Vídeos

Se realizarán 2 versiones/vídeo: euskera y castellano.

Se harán las adaptaciones mínimas necesarias para su reproducción en los siguientes soportes:

- Canal de Youtube del Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz (resolución mínima de 1280 x 720. Recomendada 1920 x 1080). Formato .mp4
- Tuvisa: pantallas interiores de los autobuses; 800 x 450 px en formato .mp4.

Egiazatzeko kode seguruak (EKS) agiri elektroniko honen kopia baten osotasuna egiaztatzea ahalbidetzen du, helbide honetan: <https://sedeelectronica.vitoria-gasteiz.org/verifirmav2/>

El código de verificación (CSV) permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: <https://sedeelectronica.vitoria-gasteiz.org/verifirmav2/>

Agiri honek sinadura elektronikoa darama, konfiantzazko zerbitzu elektronikoek alderdi jakin batzuk arautzen dituen azaroaren 11ko 6/2020 Legearen arabera. Este documento incorpora firma electrónica de acuerdo a la Ley 6/2020, de 11 de noviembre, reguladora de determinados aspectos de los servicios electrónicos de confianza.

Sinatzailearen izena Firmado por	IGNACIO ZABALZA ZUGASTI (Jefatura de Servicio de Comercio de Promoción Económica, Empleo, Comercio y Turismo)		
EKS (Egiazatzeko Kode Segurua CSV (Código Seguro de Verificación))	6WURB4UQQSOG2BHTSVB2MWOZA	Data eta Ordua Fecha y Hora	23/06/2025 10:41:50
Zerbitzaria Servidor	Ayuntamiento de Vitoria-Gasteizko Udala	Orrialdea Página	2/4



6WURB4UQQSOG2BHTSVB2MWOZA

Baldintza teknikoek orria

Pliego de prescripciones técnicas particulares

- Pantallas de los Centros Cívicos: 900 x 450 px en formato mp4.
- Marquesinas/Mupis digitales 1080 x 1920 px en formato .mp4 (piezas que no superen los 10" seg. y/o animaciones más breves)
- Estación autobuses: 1920 x 1080 px. Imagen fija.
- RR.SS: las píldoras se adaptarán a los siguientes formatos:
 - Instagram: Reel para Stories 750 x 1334 px máximo 10" / Reel para muro: 640 x 640 px (30" aproximadamente)
 - Twitter y Facebook (recomendamos no superen los 15". Formato: 1920 x 1080 px.)

3.4.2.- Fotografías

- Digitales:

- Pantalla rueda de prensa: 1920 x 1080 px
- Banners web municipal en formato .jpg o .png a 72 px.
 - a. Estático: 913 x 300 px
 - b. Slider 893 x 294 px
 - c. Smartphone 480 x 294
 - d. Contextual: 277 x 85 px.
- Imagen noticia home web: 480 x 314 px en formato .jpg o .png a 72 px y sin textos.

- Redes Sociales:

- X:
 - a. Imagen portada 1500 x 500 px en formato .jpg
 - b. Post imagen 1024 x 512 px en formato .jpg
 - c. Post link 520 x 254 px en formato .jpg
- Facebook:
 - a. Imagen portada (perfil) 851 x 315 px en formato .jpg
 - b. Imagen portada (página) 820 x 312 px en formato .jpg
- Instagram:
 - a. Imagen portada (perfil) 110 x 110 px en formato .jpg
 - b. Imagen vertical 1080 x 1350 px en formato .jpg

3.5.- Plan de Medios

Teniendo en cuenta los objetivos descritos y que el target objetivo de la campaña es la ciudadanía en general y las potenciales personas emprendedoras en particular, la empresa deberá proponer el plan de medios especificando con detalle las acciones de difusión propuestas para cada uno de los medios y el planning temporal, realizando una propuesta motivada de los diferentes canales de comunicación elegidos.

El Plan de medios deberá tener en cuenta que la campaña se basará mayoritariamente en la difusión de los vídeos y fotografías realizados, aunque la empresa podrá proponer otras acciones que contribuyan a reforzar el mensaje y con ello a la consecución de los objetivos indicados en este pliego.

En este contrato se incluye la gestión, ejecución y financiación de todas las acciones del Plan, para el cual se destinará un presupuesto aproximado de un tercio del presupuesto del contrato.

4.- PERMISOS Y CONTRATOS

La empresa adjudicataria será la encargada de gestionar los permisos necesarios para asegurar que las personas que aparezcan en los vídeos y en las fotografías sean informadas de los posibles usos de los mismos, así como de gestionar los derechos de imagen que corresponda. La entidad contratante aportará a la adjudicataria el formulario tipo para llevar a cabo la tramitación de estos permisos.

La empresa enviará una declaración responsable al Servicio de Comercio del Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz en el que se indique que la empresa dispone de los permisos y/o contratos necesarios para la correcta realización del material objeto del contrato.

5.- DERECHOS DEL MATERIAL ENTREGADO

El Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz tendrá la cesión, en exclusiva, de los derechos de explotación (reproducción, distribución, comunicación pública y transformación) del material elaborado por la empresa durante la ejecución del contrato y durante el periodo de vigencia de la campaña, en orden a su difusión, exhibición o cualquier otra forma de divulgación.

Egiaztezeko kode seguruak (EKS) agiri elektroniko honen kopia baten osotasuna egiaztatzea ahalbidetzen du, helbide honetan: <https://sedeelectronica.vitoria-gasteiz.org/verifirmav2/>

El código de verificación (CSV) permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: <https://sedeelectronica.vitoria-gasteiz.org/verifirmav2/>

Agiri honek sinadura elektronikoa darama, konfiantzazko zerbitzu elektronikoek alderdi jakin batzuk arautzen dituen azaroaren 11ko 6/2020 Legearen arabera.

Este documento incorpora firma electrónica de acuerdo a la Ley 6/2020, de 11 de noviembre, reguladora de determinados aspectos de los servicios electrónicos de confianza.

Sinatzailearen izena <i>Firmado por</i>	IGNACIO ZABALZA ZUGASTI (Jefatura de Servicio de Comercio de Promoción Económica, Empleo, Comercio y Turismo)		
EKS (Egiaztezeko Kode Segurua) <i>CSV (Código Seguro de Verificación)</i>	6WURB4UQQSOG2BHTSVB2MWOZA	Data eta Ordua <i>Fecha y Hora</i>	23/06/2025 10:41:50
Zerbitzaria <i>Servidor</i>	Ayuntamiento de Vitoria-Gasteizko Udala	Orrialdea <i>Página</i>	3/4



6WURB4UQQSOG2BHTSVB2MWOZA

Baldintza teknikoen orria

Pliego de prescripciones técnicas particulares

Serán propiedad municipal los productos finales entregados por la empresa, que podrá ser objeto de adaptaciones u obras derivadas.

Los gastos derivados de derechos de autor por el material creativo y cualquier otro derivado del desarrollo de la campaña, si los hubiera, serán a cuenta de la empresa adjudicataria, responsable ante cualquier posible acción o recurso y quien deberá asumir la defensa, pago o indemnización a que pudiera dar lugar.

Aunque el contrato tienen una duración de 7 meses, la vigencia de la campaña tendrá una duración máxima de 5 años desde la puesta en marcha de la misma. Durante este período, el Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz, podrá utilizar los elementos y piezas de la campaña para realizar las adaptaciones, actualizaciones y difusiones que considere convenientes.

6.- REUNIONES DE SEGUIMIENTO

La empresa adjudicataria presentará en la documentación técnica la persona que figurará como "Coordinador/a del servicio", que será la responsable de la correcta ejecución del trabajo.

Tras la adjudicación del contrato, la empresa adjudicataria mantendrá una reunión (presencial o telemática) con el equipo técnico municipal a fin de explicar con detalle los objetivos del contrato y coordinar en trabajo a realizar.

La adjudicataria deberá trabajar en coordinación con el equipo técnico designado por el Servicio de Comercio durante toda la duración del contrato, correspondiendo al equipo técnico municipal la total supervisión y visto bueno previo a los trabajos desarrollados por la adjudicataria.

7.- ENTREGA DE DOCUMENTACIÓN

El material generado se entregará al Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz en formato digital, preferentemente a través de USB.

8.- PLAZOS DE EJECUCIÓN

Las actividades objeto de esta contratación tendrán una duración de 225 días naturales a contar desde el 9 de diciembre de 2025, o desde la fecha de formalización del contrato (en caso de que ésta sea posterior).

Se prevé que la creación y producción de los vídeos y de las fotografías se realice durante los primeros 4 meses de contrato, destinándose los 3 meses siguientes a la campaña de comunicación asociada.

9.- DOCUMENTACIÓN A PRESENTAR

La empresa licitadora presentará una propuesta que incluirá, al menos:

- Planteamiento estratégico de la campaña de comunicación que incluya al menos una propuesta de claim en castellano y euskera.
- Plan de medios que al menos indique los principales canales de difusión, las acciones propuestas y su motivación.
- Muestra de 2 vídeos y 4 fotografías, realizados por la licitadora, de igual o similar naturaleza a las requeridas en este pliego, de modo que permita valorar los aspectos determinados en los puntos 1.3.2 "Vídeos presentados como muestra" y 1.4. "Fotografías presentadas como muestra" recogidos en los Criterios de Valoración que dependen de un juicio de valor en el informe de inicio. Esta muestra se presentará preferentemente a través de enlaces web.
- Propuesta de storytelling o guión orientativo del desarrollo de los vídeos adaptado a los objetivos establecidos en el presente pliego técnico, así como su planificación, estructura y diseño.

Egiaztezeko kode seguruak (EKS) agiri elektroniko honen kopia baten osotasuna egiaztatzea ahalbidetzen du, helbide honetan: <https://sedeelectronica.vitoria-gasteiz.org/verifirmav2/>

El código de verificación (CSV) permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: <https://sedeelectronica.vitoria-gasteiz.org/verifirmav2/>

Agiri honek sinadura elektronikoa darama, konfiantzazko zerbitzu elektronikoaren alderdi jakin batzuk arautzen dituen azaroaren 11ko 6/2020 Legearen arabera.

Este documento incorpora firma electrónica de acuerdo a la Ley 6/2020, de 11 de noviembre, reguladora de determinados aspectos de los servicios electrónicos de confianza.

Sinatzailearen izena Firmado por	IGNACIO ZABALZA ZUGASTI (Jefatura de Servicio de Comercio de Promoción Económica, Empleo, Comercio y Turismo)		
EKS (Egiaztezeko Kode Seguruak CSV (Código Seguro de Verificación))	6WURB4UQQSOG2BH7SVB2MWOZA	Data eta Ordua Fecha y Hora	23/06/2025 10:41:50
Zerbitzaria Servidor	Ayuntamiento de Vitoria-Gasteizko Udala	Orrialdea Página	4/4


6WURB4UQQSOG2BH7SVB2MWOZA