PLIEGO DE CLAUSULAS TÉCNICAS

CONCURSO PARA CONTRATO DE SERVICIO PARA EL DESARROLLO DE LAS ACCIONES DE PLAN DE COMUNICACIÓN, DIGITALIZACIÓN Y PROMOCIÓN DE LA ADR URKIOLA LGA (GENERAL, ELIKADURA Y TURISMO): Comunicación, digitalización (webs y redes sociales), en torno a la estrategia alimentaria, general y proyectos (Elikatu Durangaldea), Turismo y Comunicación Corporativa General de la ADR Urkiola

DISEÑO, ASESORÍA Y GESTIÓN.

- IMAGEN Y COMUNICACIÓN CORPORATIVA ADR URKIOLA LGA (FUTURAL, SITIO WEB Y REDES SOCIALES)
- PROYECTO DE COMUNICACIÓN DE LA ESTRATEGIA ALIMENTARIA DE DURANGALDEA (HAZTEGIA, ELIKATU DURANGALDEA, REDES SOCIALES y SITIO WEB…)
- PROYECTO DE PROMOCIÓN Y DINAMIZACIÓN TURÍSTICA DE DURANGALDEA (SITIO WEB, REDES SOCIALES y CAMPAÑAS SEO/SEM)

El objetivo de este concurso es el de actualizar el Proyecto Comunicativo tanto para la ADR URKIOLA LGA como Asociación, como para los proyectos que esta lidera bajo la marca "Durangaldea".

Para ello se actualizará el Plan de Comunicación diseñando los contenidos, materiales y soportes necesarios. Se deberá también recibir el asesoramiento necesario como entidad y se continuará el proceso de digitalización corporativa. En este proceso se dinamizarán las tres páginas webs de la Asociación y sus redes sociales. Será necesario gestionar, surtir de contenido y realizar el seguimiento de las acciones comunicativas, así como la presencia de estas en los diferentes formatos y soportes, analizando posteriormente su efectividad y resultados sobre todo en lo que concierne al proceso de dinamización turística.

La Estrategia y el Plan de Acción Comunicativo de "Durangaldea" será coherente para todos sus proyectos y esa coherencia se reflejará en todos sus soportes:

- El Plan de Comunicación de la ADR Urkiola LGA y sus proyectos
- El Asesoramiento en Comunicación
- Plan de Acción en Comunicación
- La dinamización de las páginas web y perfiles de redes sociales
- Creación y gestión de contenidos (relación con los Medios de Comunicación, newsletter y redes sociales)
- Creación de notas de prensa para su posterior publicación.
- Seguimiento de la Estrategia y el Plan de Acción de la Comunicación de la ADR y sus proyectos.

- El Control y Seguimiento de los resultados de las publicaciones digitales, sus acciones y contenidos

Para todo ello el equipo propio o subcontratado deberá cubrir las siguientes funciones (En la memoria a presentar se detallará el CV del personal propio o subcontratado):

- Director del proyecto con formación y experiencia en dirección de campañas de marketing y comunicación. Experiencia en la gestión, coordinación y seguimiento de proyectos similares.
- Técnicos: Formación y experiencia en Marketing, diseño, y producción de contenidos audiovisuales. Experiencia de cada técnico en su área de especialización.
- Gestores diarios de la web y redes sociales: responsable diario del mantenimiento y abastecimiento de contenidos en los diferentes soportes. Capacidad para abastecer de contenidos en los idiomas demandados con certificación de nivel mínimo C1 en euskera e inglés.

NECESIDAD DE ESTE CONTRATO:

- La necesidad de dar continuidad y dinamizar la marca nodriza “Durangaldea”, así como las submarcas “Durangaldea Elikadura” y la marca turística comarcal “Durangaldea Izaera/Esencia” durante los ejercicios 2026 y 2027 se desprende de la definición de las líneas estratégicas de actuación de la Asociación de Desarrollo Rural Urkiola y la necesidad de comunicar en las tres áreas identificadas
- La realización de un trabajo de comunicación que, paso a paso, garantice una presencia efectiva de las marcas en los canales de comunicación, tanto online como offline.

Las tareas más destacadas de este Plan de Comunicación y sus campañas serán:

1. La definición del objetivo de la campaña
2. Definición del público objetivo
3. Definición de los canales de comunicación
4. El diseño de las campañas y del Plan de Acción
5. La definición del mensaje
6. La definición de los ejes principales del hecho comunicativo
7. La oferta de un asesoramiento completo
8. La coordinación tanto del Plan de Acción como de las campañas de Comunicación
9. La gestión de los diferentes soportes y formatos comunicativos; además de la creación de contenidos adecuados (toda la información de todos los apartados y páginas de cada sitio web se desarrollará en todos los idiomas del sitio.) para cada

uno de ellos, para reforzar las marcas “ADR Urkiola”, “Durangaldea Elikadura” y “Durangaldea Izaera”, de la manera más efectiva.

Por medio del consiguiente contrato, la empresa adjudicataria tendrá los siguientes compromisos:

1. Diseñar las estrategias de comunicación necesarias.
2. Diseñar el material y ofrecer los soportes necesarios para poner en marcha las campañas derivadas de la Estrategia aprobada.
3. Realizar la coordinación del Plan de Acción.
4. Asegurar un buen flujo de comunicación y seguimiento entre las partes mediante la metodología (método, herramienta…) acordada en la memoria de la oferta.
5. Asegurar el feedback sobre todas las consultas recibidas, mediante todos los canales de comunicación.
6. La ADR Urkiola tendrá que ser informada de cualquier cambio de información de usuarios y contraseñas de todos los canales de comunicación en el mismo momento del cambio.
7. Ofrecer la asesoría necesaria para realizar las acciones en los medios de comunicación y soportes definidos.
8. Servicio de oficina de prensa para relación con los medios de comunicación y la difusión de las acciones y proyectos que se quieran comunicar.
9. Gestión de los 3 sitios web, así como como de los perfiles de las redes sociales de las áreas ya definidas.
10. Buscar y compartir contenidos, noticias de otras entidades que hagan mención a nuestras marcas.
11. Estudio e incorporación de los logotipos y hashtags de todas las entidades que ayudan a desarrollar las acciones de comunicación.
12. Actualización, seguimiento y puesta al día de la información de los sitios web de Durangaldea Elikadura, Urkiola Landa Garapenerako Alkartea y Durangaldea Turismoa.
13. Ejecución de las campañas diseñadas y aprobadas. La decisión final del contenido a publicar siempre será de la ADR Urkiola. La ejecución material de las campañas está incluida en el precio de la licitación.
14. Ofrecer reportes mensuales sobre los resultados de cada una de las acciones.

DINAMIZACIÓN DE LOS SITIOS WEB Y REDES SOCIALES: 2026/2027

Características de las páginas web y de los perfiles de redes sociales a gestionar por la ADR Urkiola LGA:

1- SITIOS WEB Y REDES SOCIALES

ACTUALIZACIÓN

1. El objeto de la contratación en esta área del proyecto es el desarrollo, rediseño, programación, gestión y mantenimiento de los sitios web y cuentas de redes sociales de Durangaldea en los ejercicios 2026 y 2027:
    - Sitio Web corporativa de la ADR Urkiola LGA (www.durangaldea.eus y/o www.urkiolalandagarapena.eus) y perfiles de redes sociales: (Facebook, X, Instagram, LinkedIn).
    - Proyecto Durangaldea Elikadura (www.durangaldeaelikadura.eus) perfiles de redes sociales: (Facebook, X, Instagram).
    - Web turística de Durangaldea www.durangaldeaturismoa.eus/ y sus perfiles de redes sociales: (Facebook, Instagram, YouTube).
2. Estos sitios web de Durangaldea, deberán reflejar los objetivos, el mensaje, los valores, la marca y los grupos de interés a los que se dirige el mensaje en cada caso.
   Las webs de Durangaldea seguirán las líneas Estratégicas, Comunicativas, de Imagen y Marca de los Planes Estratégicos elaborados en 2018 para el Desarrollo del Turismo y la estrategia alimentaria comarcal. El proyecto comunicativo de la ADR Urkiola LGA, debe suponer un impulso positivo en el desarrollo comarcal, facilitando su promoción comarcal, su visibilidad, la promoción de las marcas, la mejora en la comunicación, la información y la comercialización de los proyectos de Durangaldea; así como una excelente experiencia para el usuario. Deberá ser adecuado a la temática y al destino.
3. La actualización de estos sitios web de la Asociación debe realizarse con un perfil práctico con el objetivo de mejorar la comunicación con el usuario en la red; informándole sobre acciones, novedades y proyectos de la ADR. Además, otro de los objetivos es propiciar la interacción entre los usuarios web, la comarca, la Asociación y sus proyectos, generando “comunidad” en todos sus ámbitos.
4. El diseño, ofrecerá al usuario una rápida interpretación sobre los contenidos y la función de las páginas.
5. Tendremos muy en cuenta las partes calientes de los sitios web a la hora de disponer la información teniendo en cuenta el comportamiento de los usuarios. Los usuarios web son interactivos y muy dados a la hipertextualización (retroalimentación positiva, textos creados, enlazados, agregados y compartidos) siendo importantes los titulares y elementos llamativos para retenerlos en nuestras webs. El lenguaje deberá ser sencillo y directo y con un alto contenido multimedia de calidad.
6. Los textos deben ser concisos y concretos. Se deberá garantizar la calidad de los textos en todos los idiomas de cada sitio
7. Las imágenes serán siempre de calidad, atractivas e inspiradoras. Se deberá garantizar la calidad de todas las fotos y elementos audiovisuales producidos para los sitios web.
8. Se generarán como mínimo

a. “20” fotos por año para la sección de turismo, de la temática que cada año se acuerde.
b. 20 para la de Elikadura, de la temática que cada año se acuerde.
c. 10 para la parte corporativa, de la temática que cada año se acuerde.

Estas fotos serán propiedad de la ADR URKIOLA LGA.

9. Generación y difusión de un informe cuatrimestral que incluya información de los tres ámbitos de la actividad de la ADR Urkiola además de información general.
10. Producción de videos por año:
    a. 1 teasers para las redes sociales de HAZTEGIA
    b. 6 Reels para el proyecto HAZTEGIA y otros 12 para Durangaldea Turismoa
11. Creación de blogpost:
    a. Se crearán un total de 6 blogpost en la web de Durangaldea Turismoa y un total de 4 en la web de Durangaldea Elikadura.
12. Creación de uno o más canales de WhatsApp de la ADR para la comunicación con agentes externos e internos

Todas las fotografías y videos producidos en este proyecto serán de propiedad de la ADR Urkiola LGA, y esta podrá compartirlas con las Administraciones Públicas que hayan aportado ayudas económicas para el desarrollo de este proyecto

Acciones 2026	**Acciones 2027**
Actualización y reorganización de la información y rediseño de algún apartado (banners redireccionales y los landing pages,...) de los sitios web: turística, Durangaldea Elikadura, ADR Urkiola	Actualización y reorganización de la información y rediseño de algún apartado (banners redireccionales y los landing pages,...) de los sitios web: turística, Durangaldea Elikadura, ADR Urkiola
Gestión y creación de contenido (textos, fotos, videos, reels...) en los idiomas correspondientes a cada proyecto.	Gestión y creación de contenido (textos, fotos, videos, reels...) en los idiomas correspondientes a cada proyecto.
Revisión, mejora y puesta en marcha del Plan de Comunicación para la	Mejora del Plan de Comunicación ADR Urkiola

ADR Urkiola para el periodo 2026-2027	
Puesta en marcha de campañas offline y online	Puesta en marcha de campañas offline y online
Edición y difusión de informes cuatrimestrales.	Edición y difusión de informes cuatrimestrales.
Elaboración de un report mensual que recoja los resultados de las acciones que se han realizado tanto online como offline y un reporte económico de las cuantías gastadas por cada una de las acciones.	Elaboración de un report mensual que recoja los resultados de las acciones que se han realizado tanto online como offline y un reporte económico de las cuantías gastadas por cada una de las acciones.

13. Las webs deberán de ser escalables, con posibilidad de realizar cambios en ellas de cara al futuro
14. Mantenimiento, actualización y reestructuración de la información del sitio web https://urkiolalandagarapena.eus/
15. La actualización de la web turística se realizará en 3 idiomas: Euskara, Castellano, inglés. La elaboración de textos y traducciones estará incluida.
16. Las webs y las redes sociales serán auto gestionables por el organismo propietario de las mismas. Para ello todos los usuarios y contraseñas creados para trabajar en los gestores de contenido de las webs tienen que estar en posesión de la ADR Urkiola y la empresa licitadora. Si estos usuarios o contraseñas se cambiaran o se actualizasen, la empresa licitadora tendría la obligación de comunicárselo automáticamente a la ADR Urkiola.
17. El idioma de todos los apartados de los Gestores de Contenidos de las webs será el euskara.

SOCIAL MEDIA MARKETING:

1. Las webs que están ligadas a nuestras redes sociales, tendrán que ser coherentes con el Plan de Comunicación y marketing, su imagen, marca, objetivos, valores, mensaje etc.

ANÁLISIS DEL TRÁFICO:

- Se deberá hacer un seguimiento de los cuadros de medición y mando de Google Analytics en las tres webs y de todas las redes sociales y entregar un reporte mensual.

- Para la Web Turística:
  - Deberán aplicarse y usarse herramientas de CRM (gestión de las relaciones con el cliente) y acciones de email marketing (dirigidas a público limítrofe y local vinculadas a la página web turística)
  - Se deberán registrar las webs visits, referrals, alcance de contenidos en redes sociales, interacción y seguimiento. Habrá que diferenciar el público local y el limítrofe.
  - Al final de cada ejercicio, la empresa elaborará un Informes de resultados y conversión.
  - Cada mes se hará un informe de seguimiento de resultados. Al acabar cada ejercicio se realizará un informe final, reflejando los resultados y la conversión.

PLANIFICACIÓN DEL PROYECTO:

1. Deberá señalarse un cronograma y metodología para el desarrollo del proyecto.
2. La empresa contratada se reunirá con los responsables de la ADR Urkiola a lo largo del desarrollo del proyecto para decidir sobre los estrategias, contenidos, acciones, planificación y calendarios. Ninguna acción de comunicación será lanzada sin el previo aviso a los responsables de la ADR Urkiola.
3. Se publicarán contenidos propios o de terceros en las redes sociales mínimo una vez a la semana y la empresa informará a los responsables de la ADR sobre dicha publicación.
4. Para el mantenimiento de contenidos de las webs, la comunicación se realizará mediante reuniones y el envío de contenidos. La empresa contratada enviará los contenidos a la ADR Urkiola LGA para su aprobación antes de su publicación definitiva de los mismos en la web.
5. Para cualquier actualización de la información tanto en la web como en las redes sociales, la empresa contratada tendrá un periodo de tiempo de no más de 48h para responder y ejecutar dicha solicitud en el caso de que este no tenga carácter urgente y 24h para responder a los de carácter urgente.

REDES SOCIALES:

1. Redes sociales: Asesoramiento y gestión de los perfiles de las redes sociales para la ADR Urkiola LGA y sus proyectos.
2. La empresa contratada realizará labores de Community Manager y copy writter para las redes sociales tanto de para la ADR Urkiola LGA como para sus proyectos: (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, YouTube).
3. Los contenidos se redactarán y publicarán en los idiomas correspondientes a cada proyecto.

ELIKATU DURANGALDEA

"Elikatu Durangaldea" es la marca de comunicación creada para darle visualización a las personas que comercializan los productos del sector primario de Durangaldea a través de la venta de proximidad: venta directa o a través de los pequeños establecimientos en la comarca. Es una marca que debe ser referente para el consumidor a la hora de hacer su compra de productos alimenticios comarcales. "Elikatu Durangaldea" necesita dinamizarse y hacerse más presente en el día a día.

La propuesta incluirá el diseño de las acciones de dinamización y su puesta en marcha.

HAZTEGIA

HAZTEGIA es el programa de espacio test agrario de las comarcas de Durangaldea y Lea-Artibai como proyecto piloto para Bizkaia, que tiene por objetivo facilitar la incorporación de personas nuevas al sector agrario mediante un test de actividad temporal (máx. 3 años) en huerta ecológica, ofreciendo una finca donde experimentar, un acompañamiento integral y una cobertura legal.

La propuesta incluirá el diseño de las acciones de dinamización y comunicación.

2- OFERTA ECONÓMICA

Los ofertantes deberán presentar su oferta de forma que se diferencien los siguientes tres apartados:

- Comunicación general de la ADR Urkiola (Web, redes sociales e informe cuatrimestral de ADR Urkiola LGA).
- Comunicación turística de Durangaldea, incluyendo web y redes sociales.
- Comunicación de la estrategia alimentaria de Durangaldea (Web y redes sociales proyecto Elikatu Durangaldea, HAZTEGIA , presentaciones, ...).

Diferenciando los presupuestos para las 2 anualidades (2026 y 2027)

3- CRITERIOS DE VALORACIÓN

1. Valoración de las propuestas
   A. **Criterios de valoración sin fórmulas aplicada: 45 puntos como máximo**

   - Proyecto y metodología: 30 puntos

Elementos de valoración	Parámetros aplicables	Puntos

Memoria técnica	Actuaciones para la realización del proyecto: Plan Comunicación, Estrategia y Acción Comunicativa; Actualización de los sitios Web (*Durangaldea, Durangaldea Elikadura y Durangaldea Izaera*); Asesoramiento; Actualización, creación o restructuración, si procede, de las páginas de los sitios web y perfiles de redes sociales; Generación de contenidos; Estrategia de dinamización de "Elikatu Durangaldea". Mantenimiento y actualización webs y redes sociales; Gestión y Coordinación de proyectos; Medición de resultados.	20 puntos
Servicios y mejoras cualitativas	Respuesta a los servicios demandados y nuevos complementarios. Otras mejoras, propuestas incluidas en el precio ofertado.	10 puntos

<u>- Desarrollo del proyecto: 15 puntos</u>

Cronograma	Detalle de las fases y tiempo necesario para la realización de cada una de ellas	10 puntos
Solvencia y experiencia en medición de resultados web, interacciones en redes	Experiencia, herramientas y capacidad de desarrollo del proyecto, medición y conversión de resultados:	5 puntos

sociales, y marketing online (email marketing)	analítica digital, resultados de interacción en las redes sociales, capacidad de gestión y medición de datos de email marketing. Elaboración de un Informe de resultados y conversión detallados para la web turística y sus redes sociales asociadas. Diferenciación entre público local y limítrofe en la medición de resultados.	

B. Criterios de valoración con fórmula aplicada: 55 puntos como máximo

<u>- Oferta económica: 40 puntos. Incluirá el desglose de los precios unitarios utilizados para el calculo</u>

<u>- Mejoras: hasta 10 puntos</u>

Mejoras aportadas al proyecto	Otras mejoras, propuestas:
	• Nº de reels extra (no pudiendo utilizar material reciclado o de proyectos previos)
	  ○ 0,5 puntos/ 1 Reel hasta 3 puntos.
	• Nº de fotografías profesionales extra
	  ○ 0,5 puntos/ 5 fotografías hasta 3 puntos.
	• Nº de blogposts extra
	  ○ 0,5 puntos/ 1 blogpost hasta 1 punto
		Hasta 10 puntos

	• Nº de teasers extra anuales de nueva creación (no pudiendo utilizar material reciclado o de proyectos previos) o 0,5 puntos/teaser hasta 3 puntos	

- Experiencia de la empresa: hasta 5 puntos

Empresa: solvencia técnica de la empresa	Años de experiencia en acciones de comunicación en ADRs a través de web y redes sociales	0,5 puntos/año hasta un máximo de 5

4- GARANTÍAS:

Provisional: no procede.

Definitiva: 5% del precio de adjudicación.