



PLEGU TEKNIKOAK PLIEGOS TÉCNICOS

Espediente zk.: 2025_00019/PSTD.2025_DIGITALIZAZIOA

Xedea: GR38 ibilbidea (ardoaren eta arrainaren ibilbidea) digitalizatzeko plana inplementatzea – Lea Ibilbidea kontratatzea, Europar Batasunaren NextGenerationEU funtsak finantzatzeko Suspertze, Transformazio eta Erresilientzia Planaren esparruan.

1. lotea: web-orriaren garapena eta multimedia-edukien ekoizpena
2. lotea: sare sozialen profilak sortzea, kudeaketa eta ebaluazioa

Objeto: Contratación de la implementación del Plan de digitalización de la Ruta GR38 (Ruta del vino y del pescado) – LEA IBILBIDEA, en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia – financiado por la Unión Europea – NextGenerationEU.

Lote 1: Desarrollo de la página web y producción de contenidos multimedia

Lote 2: Creación de perfiles de redes sociales, gestión y evaluación

1 OBJETO DEL CONTRATO	2
1.1 División en lotes:	3
1.2 Cumplimiento del principio DNSH:	4
2 REQUISITOS TÉCNICOS	5
2.1 Requisitos técnicos del lote 1: Desarrollo de la página web y producción de contenidos multimedia	5
2.2 Requisitos técnicos lote 2: Creación de perfiles de redes sociales, gestión y evaluación	10
3 DESARROLLO DE LOS TRABAJOS	14
3.1. Desarrollo de los trabajos del Lote 1: Desarrollo de la página web y producción de contenidos multimedia	14
3.1.1 Cronograma de trabajo	14
3.1.2 Metodología de ejecución de los servicios	15
3.2 Desarrollo de los trabajos del lote 2: Creación de perfiles de redes sociales, gestión y evaluación	17
3.2.1 Cronograma de trabajo	17
3.2.2 Metodología de ejecución de los servicios	17
4 PLAZO DE EJECUCIÓN	20
5 CONDICIONES DE ENTREGA Y ACEPTACIÓN	21
5.1 Entregas parciales y finales	21
5.2 Procedimiento de aceptación	21
5.3 Correcciones y ajustes	22
5.4 Entrega final finalización del contrato	22
5.5 Penalizaciones por retrasos o incumplimientos	22
6 REQUISITOS DE PERSONAL Y EQUIPO TÉCNICO	23
6.1 Lote 1: desarrollo de la página web	23
6.2 Lote 2: creación de redes sociales, gestión y evaluación	24
7 CONFIDENCIALIDAD, PROTECCIÓN DE DATOS Y PROPIEDAD INTELECTUAL	25
7.1 Confidencialidad	25
7.2 Protección de datos	25
7.3 Propiedad intelectual y derechos de uso	25
7.4 Permisos y licencias	25
7.5 Responsabilidad	26
8 CONTROL Y SEGUIMIENTO TÉCNICO DEL CONTRATO	26
8.1 Designación de un responsable técnico	26
8.2 Reunión de lanzamiento:	26
8.3 Reuniones de seguimiento por lote:	26
8.4 Reunión final	27
8.5 Comunicaciones entre reuniones	27
8.6 Informes de progreso	27
8.7 Validación de entregas	27

1 OBJETO DEL CONTRATO

El presente contrato tiene por objeto la **ejecución de diversas actuaciones digitales integradas para la promoción de la Ruta GR38.3 (Ruta del vino y del pescado) – Lea Naturbidea**, orientadas a incrementar su visibilidad, atraer visitantes y mejorar la experiencia del turista mediante medios digitales de nueva generación.

Estas actuaciones se estructuran en dos lotes diferenciados, que se desarrollarán de forma coordinada entre sí y en coherencia con la marca Lea Naturbidea y **estrategia de marketing digital** ya elaborada para la Ruta GR38.3 o Lea Naturbidea.

Este proyecto se desarrolla en el marco del Plan de Sostenibilidad en Destino y del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, financiado por la Unión Europea – Next Generation EU, en cumplimiento de la Orden HFP/1030/2021, de 29 de septiembre.

Los objetivos generales del contrato son:

- Incrementar la visibilidad del destino mediante herramientas digitales.
- Consolidar la ruta GR38.3 o Lea Naturbidea como uno de los productos turísticos estratégicos del territorio.
- Generar contenido de valor y de alta calidad, alineado con los valores de la marca del destino.
- Captar y fidelizar a los 'buyer persona' clave, quienes generan valor para el destino turístico.
- Mejorar la competitividad del destino y la experiencia del visitante.
- Maximizar el impacto de otras actuaciones contempladas en el Plan de Sostenibilidad Turística en Destinos (PSTD).
- Ejecutar acciones alineadas con la estrategia de marketing de la Ruta GR38.3 o Lea Naturbidea desarrollada anteriormente.

El alcance de los trabajos incluirá:

1. Desarrollo de una página web accesible, moderna y adaptativa, orientada a la promoción turística de la ruta y a mejorar la experiencia del usuario.
2. Creación de perfiles en redes sociales con publicaciones periódicas orientadas a incrementar la interacción, el alcance y la visibilidad del destino.

El proyecto deberá cumplir con los hitos 220 y 221 establecidos en la Decisión de Ejecución del Consejo, y se evaluará mediante indicadores cualitativos y cuantitativos para asegurar la consecución de los objetivos planteados.

1.1 División en lotes:

Lote 1: Desarrollo de la página web y producción de contenidos multimedia

- Desarrollo de una página web accesible, moderna y optimizada para la promoción turística de la Ruta GR38.3, de acuerdo al manual de la marca de Lea Naturbidea y coherente con la estrategia digital desarrollada.
- Funcionalidades de la página web:
 - Mapa: Se integrarán mapas mostrando todo el recorrido, cada etapa y puntos de interés importantes.
 - Formulario de Incidencias: Se creará una herramienta interactiva para comunicar incidencias en la ruta o solicitar más información.
 - Se habilitará un pop-up en la web para informar sobre las notas.
 - Optimizado con técnicas SEO: Se implementarán prácticas SEO avanzadas para asegurar un buen posicionamiento del sitio web. Se realizará un análisis para conocer las intenciones de búsqueda del usuario y se implementarán técnicas SEO.
 - Se ofrecerá información sobre los promotores de Lea Naturbidea y se dirigirá al usuario a sus activos digitales (sitios web, redes sociales, google maps...).
 - A pie de página web se establecerán los logos de quienes forman parte del proyecto y de quienes ayudan: los municipios...
 - El hosting y dominio será gestionado por el desarrollador web, adquirido a nombre de la mancomunidad
- Producción de contenidos multimedia.

Lote 2: Creación de perfiles de redes sociales, gestión y evaluación

Este lote tiene por objeto poner en marcha la estrategia de marketing digital ya desarrollada para la Ruta GR38.3 o Lea Naturbidea.

Las tareas incluidas son:

- Definición de un calendario de contenidos y acciones, alineado con la estrategia existente, incluyendo temáticas, formatos y frecuencias de publicación.
- Creación y gestión de perfiles en redes sociales (Instagram y otras plataformas a definir junto con a la mancomunidad) con una frecuencia mínima de publicaciones semanales y atención a la comunidad.

- Evaluación cualitativa y cuantitativa de los resultados mediante indicadores como alcance, engagement, tráfico generado y conversiones. Se elaborarán informes de seguimiento y un informe final de impacto.
- Creación de contenidos textuales (copys, descripciones, hashtags y titulares) adaptados a cada red social y publicación, así como la adaptación para redes sociales de los materiales audiovisuales producidos en el Lote 1 (vídeos e imágenes), con el fin de nutrir los perfiles, fomentar la interacción y reforzar la estrategia de comunicación.

1.2 Cumplimiento del principio DNSH:

El presente contrato deberá garantizar el cumplimiento del principio de No Causar Perjuicio Significativo (DNSH), en línea con las directrices definidas por la Dirección General de Asuntos Económicos en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia. Este principio asegura que ninguna de las acciones ejecutadas cause un perjuicio significativo a los seis objetivos medioambientales establecidos en el Reglamento (UE) 2020/852.

2 REQUISITOS TÉCNICOS

2.1 Requisitos técnicos del lote 1: Desarrollo de la página web y producción de contenidos multimedia

Se desarrollará el diseño y estructura ya trabajada para la página web de Lea Naturbidea facilitada por la mancomunidad. Los textos que se utilizarán serán los ya desarrollados e incluso las traducciones serán las facilitadas por la mancomunidad. La página web se desarrollará en tres idiomas: euskara, castellano e inglés.

1. Optimización SEO (Search Engine Optimization):

- La web deberá estar optimizada con los criterios SEO predefinidos durante el diseño de la página web.
- Se deberá asegurar que todos los elementos de la web (meta-etiquetas, títulos, descripciones, textos alternativos para imágenes, estructura de URL) estén correctamente optimizados para mejorar la visibilidad del destino en los resultados de búsqueda.

2. Gestión de contenidos (CMS):

- La web deberá estar desarrollada sobre una plataforma de gestión de contenidos (CMS) que permita a los responsables del proyecto actualizar el contenido de manera sencilla y autónoma. Se recomienda el uso de CMS de código abierto WordPress.
- El adjudicatario deberá proporcionar una formación básica a los responsables de la gestión de contenidos para asegurar que puedan mantener la web actualizada sin necesidad de soporte externo continuo.

3. Carga rápida y optimización del rendimiento:

- La página deberá estar optimizada para asegurar tiempos de carga rápidos, tanto en dispositivos móviles como en ordenadores, utilizando técnicas como la compresión o optimización de imágenes (pero sin que ello suponga una pérdida de la calidad en las mismas), minificación de archivos CSS/JS, y el uso de caché.
- El rendimiento de la web deberá ser adecuada en diferentes navegadores (Chrome, Firefox, Safari, Edge...) y dispositivos para asegurar una experiencia homogénea y eficiente en todo momento.

4. Desarrollo de una página web o accesible y adaptativa (responsive):

- La página web deberá estar desarrollada siguiendo los principios de accesibilidad WCAG 2.1, nivel AA para asegurar su uso por personas con discapacidad de acuerdo con lo establecido en el Real Decreto 1112/2018, de 7 de septiembre.

- La web deberá ser adaptativa o responsive, es decir, compatible con todo tipo de dispositivos (ordenadores, tabletas, smartphones), garantizando una experiencia de usuario fluida en todas las resoluciones y plataformas.

5. Seguridad web y protección de datos:

- La página deberá cumplir con todos los requisitos de seguridad web y protección de datos, garantizando la implementación de protocolos de cifrado (certificado SSL) y protección contra ataques cibernéticos (firewalls, detección de vulnerabilidades).
- Deberá cumplir con la normativa GDPR (Reglamento General de Protección de Datos), especialmente si se recopilan datos de los usuarios (formularios de contacto, suscripciones, etc.).

6. Integración de un mapa interactivo:

- La empresa adjudicataria deberá garantizar la correcta integración en la página web del mapa interactivo de la Ruta GR38.3, previamente desarrollado mediante otro contrato. A estos efectos, deberá adaptar el diseño y la estructura de la web para que el mapa quede plenamente accesible y operativo desde la misma, en los términos que se indiquen por la entidad contratante.
- La adjudicataria no será responsable del desarrollo ni de la actualización de los contenidos del mapa, limitándose su obligación a la integración técnica y visual del recurso ya existente, así como a garantizar su compatibilidad y visualización en distintos dispositivos y navegadores.

7. Multilingüismo:

- La web deberá estar disponible en al menos tres idiomas: euskera, español, e inglés para facilitar el acceso de diferentes públicos a la información de la Ruta GR38.3 o Lea Naturbidea, pero se debe destacar claramente que el idioma vehicular o principal de la página web de Lea Naturbidea es el euskara.
- La entidad contratante facilitará las traducciones de los contenidos en euskera al castellano e inglés, correspondiendo a la adjudicataria su integración en el CMS y la correcta gestión multilingüe.

8. Analítica web:

- La web deberá integrar herramientas de analítica como Google Analytics o equivalentes, que permitan a los responsables del proyecto monitorizar el tráfico web, el comportamiento de los usuarios, y la efectividad de las acciones de marketing digital.
- Se deberán generar informes automáticos con métricas clave (número de visitas, tiempo de permanencia, tasa de rebote, etc.) para evaluar la eficacia del sitio web.

9. Compatibilidad con futuras integraciones:

- La web deberá ser diseñada y desarrollada de manera que permita futuras integraciones con otras herramientas o plataformas (reservas, e-commerce, aplicaciones móviles, etc.), sin necesidad de reestructurar el sitio completamente.

10. Gestión del dominio de la web

- La empresa contratante será responsable de pagar y registrar a nombre de la mancomunidad el dominio de la web. La empresa adjudicataria será responsable de la gestión de adquisición, registro y renovación del dominio de la página web de la Ruta GR38.3 o Lea Naturbidea durante toda la vigencia del contrato.

Como criterio mínimo, el dominio principal deberá registrarse bajo la extensión **.eus** (por ejemplo: *leanaturbidea.eus*), al ser la más adecuada y representativa del ámbito del proyecto. No obstante, la empresa adjudicataria podrá recomendar el registro de dominios adicionales en otras extensiones (.org, .com, etc.) siempre que ello contribuya a proteger la marca y garantizar su accesibilidad.

Esto incluye la correcta configuración del dominio, garantizando su plena operatividad y vinculación a los servidores donde estará alojada la web. El adjudicatario deberá gestionar cualquier trámite relacionado con el dominio, asegurando su continuidad y la protección frente a posibles terceros.

11. Alojamiento web

- La empresa adjudicataria será responsable de proporcionar el servicio de alojamiento de la página web de la Ruta GR38.3 o Lea Naturbidea durante toda la vigencia del contrato, utilizando un proveedor de hosting ubicado en un país de la Unión Europea.

El servicio deberá cumplir con la normativa vigente en materia de protección de datos, en especial el Reglamento General de Protección de Datos (GDPR).

La empresa adjudicataria asumirá todos los costes asociados al alojamiento, y garantizará la estabilidad, seguridad y disponibilidad del sitio web.

Asimismo, deberá implementar medidas de respaldo y recuperación ante posibles fallos técnicos, así como asegurar el rendimiento óptimo de la web en todo momento.

12. Creación, diseño y edición de contenidos (vídeos e imágenes):

- Producción de contenidos multimedia de alta calidad:

- La empresa adjudicataria deberá producir y entregar un mínimo de 30 fotografías editadas (en formato JPG y optimizados para uso web) y 10 vídeos de alta calidad.

Los vídeos deberán cumplir las siguientes características mínimas:

- **Duración:** entre 20 y 30 segundos cada uno.
 - **Formato:** horizontal (16:9) y vertical (9:16), en resolución Full HD (1920x1080) como mínimo.
 - **Idiomas:** deberán incluir voz en off o subtítulos en los idiomas requeridos por la mancomunidad (euskera, castellano, inglés).
 - **Estilo y finalidad:** piezas dinámicas y divulgativas, destinadas a la promoción turística en web y redes sociales, con música libre de derechos y coherentes con la identidad de Lea Naturbidea.
 - **Duración:** entre 20 y 30 segundos cada uno.
 - **Formato:** horizontal (16:9) y vertical (9:16), en resolución Full HD (1920x1080) como mínimo.
 - **Idiomas:** deberán incluir voz en off o subtítulos en los idiomas requeridos por la mancomunidad (euskera, castellano, inglés).
 - **Estilo y finalidad:** piezas dinámicas y divulgativas, destinadas a la promoción turística en web y redes sociales, con música libre de derechos y coherentes con la identidad de Lea Naturbidea.
- El contenido multimedia se enfocará en los puntos de interés principales de la Ruta GR38.3 o Lea Naturbidea que se identificarán y acordarán con el licitador.
 - Las imágenes deberán ser en alta resolución y los vídeos deberán estar editados profesionalmente.
 - El contenido visual deberá reflejar la identidad visual de la Ruta GR38.3, destacando tanto el paisaje como los aspectos culturales y emocionales de la experiencia.
 - Producción de imágenes 360º en tres puntos clave de la ruta, ofreciendo a los usuarios una experiencia inmersiva al explorar esos lugares. Estas imágenes deberán ser compatibles con navegadores web y dispositivos móviles, sin necesidad de plugins adicionales.
- Edición de imágenes y vídeos:
 - La edición deberá garantizar una narrativa visual atractiva y coherente con la estrategia de marketing del destino.

- Los vídeos deberán estar optimizados para su uso en la web, redes sociales y dispositivos móviles, utilizando técnicas de compresión sin pérdida significativa de calidad.
- Las imágenes y vídeos deberán incluir ajustes básicos de color, iluminación y sonido para asegurar su presentación profesional.
- Optimización para la web:
 - Todo el contenido multimedia deberá estar optimizado para su rápida carga en la página web, sin comprometer la calidad visual. Se deberá utilizar la compresión de imágenes y vídeos para asegurar una navegación rápida en cualquier dispositivo.
 - Los vídeos deberán tener versiones en baja resolución para usuarios con conexiones más lentas, garantizando accesibilidad y usabilidad en todas las condiciones.
- Compatibilidad y actualización futura:
 - Los responsables del proyecto deberán poder gestionar las actualizaciones de manera autónoma, con un sistema sencillo de gestión de contenidos vinculado a la plataforma de la página web.
 - Todos los contenidos multimedia, incluyendo fotografías, vídeos y mapas interactivos, deberán estar optimizados para su uso en la página web del proyecto. Esto incluye la compresión de archivos sin perder calidad visual, asegurando una carga rápida y un funcionamiento fluido en todo tipo de dispositivos.
 - Los contenidos multimedia deberán ser probados en diferentes navegadores (Chrome, Firefox, Safari, etc.) y dispositivos (smartphones, tabletas, ordenadores) para asegurar la compatibilidad y la experiencia homogénea del usuario.
- Seguridad y protección de datos:
 - Los contenidos multimedia deberán cumplir con los estándares de seguridad web y protección de datos. Cualquier información recogida o proporcionada mediante la interacción del usuario deberá cumplir con la normativa GDPR.
 - Se deben implementar medidas de seguridad para evitar cualquier vulnerabilidad en el mapa interactivo o el contenido multimedia, garantizando que los datos y la experiencia de usuario estén protegidos.

Para asegurar el cumplimiento del principio de No Causar Perjuicio Significativo (DNSH), el adjudicatario deberá integrar en su ejecución medidas que garanticen la no afectación significativa a los objetivos medioambientales establecidos en el Reglamento (UE) 2020/852. Estas medidas serán revisadas periódicamente en los informes de seguimiento, y el adjudicatario deberá presentar evidencia de su implementación.

2.2 Requisitos técnicos lote 2: Creación de perfiles de redes sociales, gestión y evaluación

a) Bases de la estrategia de gestión en redes sociales

La estrategia de comunicación, la estrategia de marketing digital y el manual de identidad de marca desarrollado por Lea Naturbidea serán las tres principales guías que se utilizarán para gestionar las redes sociales.

Los criterios definidos en la estrategia de marketing digital serán los que se seguirán y estos serán los principales canales sobre los que se trabajará:

- Instagram será el canal principal en el que se trabajará,
 - Se promocionarán las colaboraciones en TikTok.
 - Se desarrollarán y optimizarán contenidos para Wikiloc.
 - Se desarrollará y optimizará contenidos para Google Maps.
- Se definirá un tono y estilo visual coherente con la marca y al mismo tiempo utilizado en las redes sociales.
- Palabras clave: se definirán algunas palabras clave para optimizar el SEO en redes sociales y buscadores y se tratarán en diferentes publicaciones.
- Interacciones:
- Se responderán las interacciones con nuestro contenido (comentarios, mensajes privados...),
 - Interactuará con otros contenidos (se compartirán publicaciones, se aceptarán publicaciones compartidas...), siempre que se sigan determinados criterios (por ejemplo, si aparecen imágenes relacionadas con la ruta).
 - Interactuará con contenidos ajenos: por ejemplo, con las publicaciones de los ayuntamientos de otras localidades...

b) Requisitos específicos de ejecución

1. Definición de un calendario de acciones y contenidos detallado:

- El adjudicatario deberá presentar, validar y ejecutar un plan de contenidos que incluya una descripción clara de las acciones concretas a realizar, el calendario de implementación, y los indicadores de rendimiento (KPI) para evaluar su éxito.

- El plan debe estar alineado con la estrategia turística de la Ruta GR38.3 o Lea Naturbidea y con el Plan de Sostenibilidad Turística en Destinos (PSTD).

2. Activación y gestión de perfiles en redes sociales:

- El adjudicatario será responsable de la redacción íntegra de los textos de las publicaciones (copy), en coherencia con la estrategia de comunicación de la marca, garantizando su calidad, corrección idiomática y adaptación a los tres idiomas requeridos (euskera, castellano e inglés).
- Se deberán crear y gestionar perfiles de acuerdo con la estrategia de marketing digital en al menos tres redes sociales, para incrementar la visibilidad de la Ruta GR38.3 o Lea Naturbidea.
- Se deberá garantizar una frecuencia mínima de una publicación semanal en cada plataforma, utilizando contenidos atractivos, originales y alineados con la identidad del destino.
- El adjudicatario deberá interactuar activamente con la audiencia, respondiendo a comentarios y preguntas en un tiempo máximo de 24 horas, y utilizando estrategias de crecimiento orgánico (seguimiento de hashtags relevantes, interacción con influencers locales, etc.).

3. Creación, diseño y edición de contenidos (vídeos e imágenes):

- Además de utilizar el contenido creado en el Lote 1, el adjudicatario deberá generar contenidos audiovisuales adicionales cuando sea necesario, con el fin de mantener la coherencia, variedad y continuidad de la estrategia en redes sociales.

4. Estrategia de promoción en redes sociales:

- El adjudicatario respetará la estrategia de redes sociales previamente definida y ejecutará tres campañas específicas en las cuentas oficiales de la mancomunidad: una orientada a la captación de seguidores/as, otra a la promoción de la marca y una tercera destinada a atraer tráfico al sitio web. Deberá también informar del rendimiento de cada campaña mediante informes, detallando las métricas obtenidas (CPC, CTR, tasa de conversión, etc).
- Las inversiones y las especificaciones de estas campañas se acordarán con la mancomunidad.
- Los recursos gráficos (imágenes, diseños) de estas campañas las realizará la empresa adjudicataria.

5. Informe de evaluación y optimización:

- Se deberán elaborar informes de evaluación que midan el rendimiento de las acciones de marketing y redes sociales, utilizando indicadores clave como:
 - Alcance e impresiones.
 - Tasa de interacción (me gusta, comentarios, compartidos).
 - Crecimiento de seguidores.
 - Tráfico generado hacia la página web desde las redes sociales.
 - Conversión de visitantes en la página web o puntos clave de la ruta (reservas, inscripciones, etc.).
- A partir de los resultados, se deberá proponer ajustes o mejoras para optimizar el rendimiento de las campañas.

6. Evaluación de impacto cualitativa y cuantitativa:

- El adjudicatario deberá medir el impacto de las acciones utilizando tanto métricas cuantitativas (alcance, impresiones, engagement) como cualitativas (comentarios, percepciones del público, menciones en redes sociales).
- El impacto de las campañas debe estar vinculado a los objetivos del Plan de Sostenibilidad Turística en Destinos y alineado con los hitos 220 y 221 establecidos en la Decisión de Ejecución del Consejo.

7. Cumplimiento de hitos:

- El proyecto deberá cumplir con los hitos establecidos en los plazos pactados. Esto incluye la implementación de las estrategias en los tiempos establecidos en el cronograma y la presentación de informes de progreso.
- El cumplimiento de los hitos deberá ser documentado mediante informes de estado detallados, que incluyan tanto la ejecución de las tareas como la evaluación del impacto de las mismas.

8. Capacidad de respuesta y flexibilidad:

- El adjudicatario deberá estar disponible para ajustar la estrategia o las acciones según los resultados obtenidos, o en respuesta a cambios en el contexto del destino o el mercado turístico.
- Se requerirá la entrega de informes trimestrales que permitan evaluar el progreso y ajustar las campañas en consecuencia, con una reunión de seguimiento al menos una vez al trimestre con el equipo designado.

Coordinación con el desarrollo de la marca:

La empresa adjudicataria deberá asegurar que todas las acciones y estrategias estén alineadas con la identidad y los valores de la marca ya definidos. Para ello, deberá trabajar en coordinación con la empresa encargada del desarrollo de la marca, garantizando la coherencia entre las acciones de marketing digital, la gestión de redes sociales y el posicionamiento estratégico de la marca. Esta alineación es fundamental para asegurar una imagen unificada y consistente del destino turístico en todas las plataformas y puntos de contacto con el público.

Para asegurar el cumplimiento del principio de No Causar Perjuicio Significativo (DNSH), el adjudicatario deberá integrar en su ejecución medidas que garanticen la no afectación significativa a los objetivos medioambientales establecidos en el Reglamento (UE) 2020/852. Estas medidas serán revisadas periódicamente en los informes de seguimiento, y el adjudicatario deberá presentar evidencia de su implementación.

3 DESARROLLO DE LOS TRABAJOS

3.1. Desarrollo de los trabajos del Lote 1: Desarrollo de la página web y producción de contenidos multimedia

3.1.1 Cronograma de trabajo

El adjudicatario deberá seguir un cronograma claro que abarque las diferentes fases del desarrollo de la página web, asegurando que cada etapa se cumpla dentro de los plazos estipulados:

- **Fase 1: Análisis y diseño preliminar (1 semana)**
 - Reunión inicial con el equipo designado por la Mancomunidad Lea Ibarra para definir los objetivos, estructura y funcionalidades de la página web.
 - Elaboración de un boceto inicial de la web, incluyendo diseño visual, estructura de navegación y propuesta de contenido.
 - Validación del diseño preliminar por parte del responsable del contrato.
- **Fase 2: Desarrollo de la página web (mes 1 y 2)**
 - Desarrollo técnico de la página web en una plataforma CMS, asegurando un diseño accesible, adaptativo y optimizado para SEO.
 - Integración de funcionalidades clave: multilingüismo, gestión de contenidos, mapa interactivo con hotspots de la Ruta GR38.3 o Lea Naturbidea, y compatibilidad con futuras integraciones.
 - Implementación de medidas de seguridad web y protección de datos según la normativa vigente (GDPR).
- **Fase 3: Pruebas y lanzamiento (mes 3)**
 - Realización de pruebas de funcionalidad, accesibilidad y seguridad en la web.
 - Ajustes según los resultados de las pruebas y validación final por parte del responsable del contrato.
- **Fase 4: Seguimiento post-lanzamiento (mes 4, 5 y 6 o hasta 31/03/26)**
 - Publicación de la página web y realización de las últimas comprobaciones técnicas.
 - Inicio del seguimiento post-lanzamiento y soporte técnico durante toda la vigencia del contrato, garantizando la resolución de incidencias, la optimización continua del rendimiento de la web y la implementación de mejoras necesarias.
- **Fase paralela: Producción audiovisual (meses 1 a 3, en paralelo con el desarrollo web)**

- Planificación y realización de las sesiones de fotografía y vídeo vinculadas a la Ruta GR38.3 o Lea Naturbidea acordadas con la Mancomunidad.
- Selección y edición del material audiovisual para su uso en la web y en redes sociales.
- Entrega de un banco de imágenes y clips optimizados para su publicación digital.

3.1.2 Metodología de ejecución de los servicios

La metodología de trabajo para el diseño y desarrollo de la página web se centrará en garantizar una coordinación fluida, la utilización de herramientas colaborativas y la entrega de un producto final que cumpla con los requisitos técnicos y funcionales establecidos.

a) Comunicación y coordinación

- **Reuniones de inicio:** El adjudicatario llevará a cabo una reunión inicial con el equipo designado por la Mancomunidad Lea Ibarra, para revisar y definir los objetivos específicos del proyecto, la estructura de la web, las funcionalidades y la integración del mapa interactivo. Esta reunión se podrá realizar de manera presencial o virtual.
- **Reuniones periódicas de seguimiento:** Durante el desarrollo del proyecto, se programarán reuniones de seguimiento cuando sea necesario para asegurar el progreso adecuado y resolver cualquier incidencia o ajuste. Estas reuniones se podrán realizar de forma presencial o virtual, dependiendo de las necesidades del proyecto y de la Mancomunidad Lea Ibarra. El objetivo de las reuniones será revisar avances, validar entregas intermedias y coordinar los próximos pasos.
- **Comunicaciones continuas:** La comunicación entre el adjudicatario y el responsable del contrato se llevará a cabo mediante herramientas de mensajería como Slack o Microsoft Teams, garantizando una respuesta ágil ante cualquier consulta o incidencia que surja durante el desarrollo del proyecto.

b) Herramientas colaborativas

- **Plataforma de gestión y compartición de documentos:** El adjudicatario deberá utilizar una plataforma de compartición de documentos en la nube, como Google Drive o Microsoft OneDrive, para facilitar el intercambio de archivos relacionados con el diseño, el desarrollo y las entregas intermedias. Esto permitirá tener acceso directo a los avances y pueda hacer comentarios o sugerencias en tiempo real.
- **Gestión de tareas y cronograma:** Se utilizará una herramienta de gestión de proyectos para organizar y hacer un seguimiento de todas las tareas del proyecto. Esto permitirá mantener un control sobre las fechas límite, la asignación de responsabilidades y el progreso en cada fase. El responsable del contrato o a quien se designe, tendrá acceso a la herramienta para revisar el estado de cada tarea y coordinar las acciones necesarias.

c) Criterios principales para el contenido visual:

- La mancomunidad acordará las fotografías a realizar: lugares de interés, planos... porque deben responder al trabajo previo (web, redes sociales, estrategia de comunicación, narrativa...).
- Planos generales (amplios) para mostrar una visión amplia del paisaje, el río, los senderos y el entorno natural.
- Fotografías detalladas (macro y primeros planos): flores, hojas, agua, vida silvestre, elementos culturales o arquitectónicos.
- Tomas de personas disfrutando de la experiencia (caminar, hablar, tomar fotografías, observar la naturaleza...)
- Expresiones naturales y vestimenta acorde a la actividad.
- Múltiples perfiles (edad, sexo) para demostrar que la experiencia es para todos.
- Elementos narrativos (*storytelling*): imágenes que transmiten tranquilidad, naturaleza, conexión humana y disfrute.
- Imágenes grabadas por el Dron-Planos panorámicos del Río Lea
 - Vistas panorámicas de río
 - Seguimiento a caminantes
 - Planos cenitales que muestren el trazado de la ruta

La empresa adjudicataria deberá disponer de personal habilitado y será responsable de gestionar los permisos y autorizaciones necesarias para la realización de las tomas con dron, garantizando el cumplimiento de la normativa vigente.

d) Criterios creativos y de marca.

Los textos de la web serán proporcionados por la Mancomunidad. El material visual (fotografía y vídeo) deberá estar en plena coherencia con dichos contenidos, reforzando los mensajes clave y transmitiendo una identidad visual unificada. En este sentido:

- La paleta de colores se mantendrá coherente, optimizada para web y redes sociales y acorde con la identidad visual de la marca Lea Naturbidea.
- Se priorizará la luz natural para transmitir autenticidad, evitando destellos artificiales.
- La atención se centrará en la experiencia del visitante, no sólo en el paisaje.
- Se cuidará la composición (regla de tercios, líneas de escape, profundidad...) para garantizar calidad estética y claridad comunicativa

3.2 Desarrollo de los trabajos del lote 2: Creación de perfiles de redes sociales, gestión y evaluación

3.2.1 Cronograma de trabajo

El adjudicatario deberá seguir un cronograma bien definido que abarque las diferentes fases del proyecto, desde la planificación inicial hasta la ejecución y evaluación final. Este cronograma deberá incluir:

- **Fase 1: Presentación y validación del calendario de redes sociales**
Duración: 2 meses (hasta el lanzamiento de la página web)
 - Revisión y validación del plan por parte de la mancomunidad.
 - Ajustes y aprobación final.
 - Entrega documentación y presentación.
- **Fase 2: Activación, gestión y seguimiento de los perfiles de redes sociales**
(hasta marzo 2026)
 - Lanzamiento de perfiles en redes sociales (Instagram, dos más a determinar).
 - Creación de contenido y gestión de los perfiles con la frecuencia establecida.
 - Implementación de campañas pagadas conforme al presupuesto y plan aprobado.
 - Elaboración de informes de evaluación de rendimiento (KPI).
 - Revisión trimestral con el equipo designado para el proyecto para evaluar el progreso y realizar ajustes estratégicos según sea necesario.
 - Entrega de un informe completo sobre el impacto de la estrategia y propuestas de mejora para futuras acciones.

3.2.2 Metodología de ejecución de los servicios

La metodología para la ejecución de los servicios deberá estructurarse en base a las siguientes directrices, que aseguren una comunicación fluida, una correcta coordinación y el uso de herramientas colaborativas para la optimización del trabajo:

a) Comunicación y coordinación

- **Reuniones de inicio:**

Al comienzo del proyecto, se celebrará una reunión inicial entre el adjudicatario y el equipo designado por parte de la Mancomunidad de Lea Ibarra para revisar los objetivos generales y específicos del encargo, definir expectativas y establecer el cronograma general del trabajo y organizar el proceso de elaboración del calendario de contenidos y acciones. Esta reunión se realizará de manera presencial o virtual, dependiendo de las necesidades del equipo.

Fase 1 - Elaboración y validación del calendario de contenidos y acciones:

Durante esta fase se llevarán a cabo tantas reuniones como sean necesarias para asegurar el avance adecuado y una alineación estratégica con los objetivos del proyecto.

El número y formato de estas reuniones dependerá de la complejidad del plan y la disponibilidad de las partes implicadas, priorizando la eficiencia en la toma de decisiones.

Los objetivos de estas reuniones serán:

- Elaborar y revisar el calendario de contenidos y acciones para redes sociales.
- Proponer ajustes o cambios antes de su validación final.
- Asegurar que las campañas, publicaciones y dinámicas propuestas estén bien definidas y alineadas con la estrategia de la Ruta GR38.3 o Lea Naturbidea.
- Validar el cronograma de implementación para las fases siguientes.

Fases 2 y 3 - Ejecución, seguimiento y optimización

Una vez validado y aprobado el calendario y acciones, se entrará en las fases de **creación y gestión de perfiles en redes sociales** (Fase 2) y **optimización y seguimiento** (Fase 3). En estas fases, las reuniones de seguimiento se llevarán a cabo **trimestralmente**, y podrán ser presenciales o virtuales. Los objetivos de estas reuniones serán:

- Revisar los informes trimestrales de rendimiento y evaluación de las acciones implementadas (KPI).
- Ajustar las estrategias en función de los resultados obtenidos.
- Proponer mejoras continuas para optimizar el impacto de las campañas y acciones en redes sociales.
- Asegurar que las acciones se mantengan alineadas con los hitos establecidos en el Plan de Sostenibilidad Turística en Destinos.

Comunicaciones entre reuniones: La comunicación diaria y semanal se realizará a través de correo electrónico y herramientas de mensajería instantánea como Slack o Microsoft Teams, facilitando una respuesta ágil ante cualquier incidencia o ajuste necesario.

b) Herramientas colaborativas

- **Plataforma de gestión y compartición de documentos:** El adjudicatario deberá utilizar una plataforma de trabajo colaborativo en la nube, como Google Drive o Microsoft OneDrive, para la compartición de documentos y materiales relacionados con el proyecto (informes de evaluación, creatividades para redes sociales, etc.). Esta plataforma deberá ser accesible tanto para el equipo del adjudicatario como para el equipo designado por la Mancomunidad Lea Ibarra.
- **Cronograma y gestión de tareas:** Se deberá emplear una herramienta de gestión de proyectos para la planificación y seguimiento de todas las tareas y acciones descritas. Esta herramienta deberá incluir el calendario de implementación, asignación de responsabilidades y fechas límite para cada

tarea, así como un sistema de actualización en tiempo real que permita al responsable del contrato monitorizar el progreso.

c) Gestión del contenido y redes sociales

- **Calendario de contenido:** El adjudicatario será responsable de elaborar y gestionar un calendario de publicaciones para las redes sociales, el cual deberá ser compartido a través de la plataforma colaborativa para revisión y validación por parte del responsable del contrato. El calendario deberá incluir los temas de las publicaciones, los formatos (imagen, video, texto) y los días específicos de publicación. Las actualizaciones deberán realizarse con una antelación mínima de una semana.
- **Sistemas de aprobación:** Cualquier contenido (gráficos, vídeos, textos) que se publique en redes sociales o se utilice en campañas publicitarias deberá ser revisado y aprobado previamente por el responsable del contrato. Las revisiones se realizarán a través de la plataforma colaborativa, donde se incluirán comentarios y sugerencias, garantizando una validación ágil.

d) Informes y evaluación

- **Informes mensuales:** El adjudicatario deberá presentar informes mensuales que incluyan las métricas de rendimiento (KPI) y el análisis del impacto de las acciones en redes sociales y campañas pagadas. Estos informes se compartirán en la plataforma colaborativa para que el responsable del contrato pueda revisarlos y plantear cualquier duda o comentario.
- **Reuniones de optimización trimestrales:** Cada trimestre, el adjudicatario deberá preparar un informe de evaluación global que será presentado en las reuniones de seguimiento. Este informe deberá contener propuestas de ajuste y optimización basadas en los resultados obtenidos. El objetivo de estas reuniones será asegurar que la estrategia se mantenga alineada con los objetivos del Plan de Sostenibilidad Turística en Destinos y los hitos establecidos.

e) Flexibilidad y capacidad de ajuste

- **Ajustes a la estrategia:** En función de los resultados de las evaluaciones mensuales o trimestrales, el adjudicatario deberá estar preparado para modificar o ajustar las acciones de marketing. Esto incluye la posibilidad de cambiar las plataformas sociales utilizadas, redirigir las campañas publicitarias o replantear los mensajes clave. La flexibilidad será esencial para garantizar que las acciones se adapten a los cambios del contexto turístico o las demandas del mercado.
- **Capacidad de respuesta:** Se requiere que el adjudicatario sea flexible y responda con agilidad a cualquier solicitud de ajuste o cambio por parte del responsable del contrato. Cualquier modificación significativa deberá ser acordada en las reuniones trimestrales de seguimiento o mediante comunicación directa cuando se trate de urgencias o imprevistos.

4 PLAZO DE EJECUCIÓN

El plazo máximo de ejecución para los **Lotes 1 y 2** del contrato será de **6 meses (31 de Marzo de 2026)**, según las siguientes fases y plazos específicos:

Lote 1: Desarrollo de la página web y producción de contenidos multimedia

- **Fase 1:** Análisis y diseño preliminar
Duración: 1 semana
 - Reunión inicial con la Mancomunidad para definir objetivos, estructura y funcionalidades de la web, y elaboración de un diseño preliminar validado por el responsable del contrato.
- **Fase 2:** Desarrollo de la página web
Duración: 2 meses
 - Durante los meses 1 y 2, se desarrollará la web en la plataforma CMS seleccionada, integrando todas las funcionalidades requeridas: diseño accesible, multilingüismo, mapa interactivo, sistema de gestión de contenidos (CMS), medidas de seguridad y compatibilidad con futuras integraciones.
- **Fase 3:** Pruebas y lanzamiento
Duración: 1 mes
 - Durante el mes 3 se realizarán las pruebas funcionales, de accesibilidad, seguridad y rendimiento. Se aplicarán los ajustes necesarios y se procederá al lanzamiento oficial de la web, una vez validada su operatividad por el responsable del contrato.
- **Fase 4: Seguimiento post-lanzamiento**
Duración: 3 meses o hasta finales de marzo de 2026
 - Desde el lanzamiento y hasta la finalización del contrato, el adjudicatario deberá proporcionar soporte técnico, mantenimiento correctivo y evolutivo, y garantizar la operatividad continua de la página web.
- **Fase paralela:** Producción audiovisual
Duración: meses 1 a 3 (en paralelo con el desarrollo web)
 - Realización de sesiones de fotografía y vídeo acordadas con la Mancomunidad, incluyendo captación con dron, y entrega de un banco de imágenes y clips editados y optimizados para web y redes sociales.

Lote 2: Creación de redes sociales, gestión y evaluación

- **Fase 1:** Presentación y validación calendario de redes
Duración: 2 meses (hasta el lanzamiento de la página web).
 - Durante el primer mes, el adjudicatario deberá presentar y validar con el cliente el calendario de contenidos y acciones en un cronograma de implementación.

- **Fase 2:** Activación gestión y seguimiento de redes sociales.

Duración: hasta marzo de 2026

- A partir de la validación, se implementarán las acciones de gestión de redes sociales y campañas publicitarias, así como el seguimiento periódico y la optimización de resultados mediante informes e indicadores (KPI), durante los meses restantes hasta marzo de 2026.
- incluye la resolución de incidencias, actualizaciones menores y la optimización continua del rendimiento.

5 CONDICIONES DE ENTREGA Y ACEPTACIÓN

5.1 Entregas parciales y finales

Cada lote del contrato deberá cumplir con una serie de entregas parciales y finales, según el cronograma y los requisitos técnicos establecidos. Las entregas deberán realizarse conforme a los siguientes principios:

- **Documentación formal:** Cada entrega deberá ir acompañada de un informe detallado que incluya el trabajo realizado, los objetivos alcanzados y cualquier dato relevante que justifique el cumplimiento de los requisitos técnicos.
- **Formato de entrega:**
 - Los **contenidos multimedia** (fotografías, vídeos, imágenes 360º) deberán entregarse en formatos estándar de alta calidad, como JPEG/PNG para las imágenes y MP4 para los vídeos.
 - La **página web** deberá ser entregada en su versión final operativa en un entorno web de prueba antes de su lanzamiento definitivo, donde se pueda revisar su funcionamiento.
 - Los **informes de evaluación y análisis de marketing digital** deberán entregarse en formato PDF o cualquier otro formato compatible con el software de la Mancomunidad.

5.2 Procedimiento de aceptación

- **Revisión técnica y validación:** Una vez realizada una entrega parcial o final, el trabajo deberá contar con el visto bueno del responsable del contrato, quien será el encargado de verificar que los trabajos cumplen con los requisitos técnicos y los estándares de calidad exigidos.
- **Validación por escrito:** Tras recibir el visto bueno del responsable del contrato, se emitirá una validación por escrito por parte de la Mancomunidad, confirmando la aceptación de la entrega.

5.3 Correcciones y ajustes

En caso de que una entrega no cumpla con los requisitos técnicos especificados:

- **Requerimiento de modificaciones:** El responsable del contrato podrá requerir las modificaciones necesarias, indicando las deficiencias y los aspectos a corregir.
- **Plazo de corrección:** El adjudicatario deberá corregir las deficiencias en el plazo acordado con el responsable del contrato, sin coste adicional para la Mancomunidad.

5.4 Entrega final finalización del contrato

- **Entrega final:** Al finalizar el contrato, el adjudicatario deberá entregar todos los elementos solicitados en cada uno de los lotes, así como un informe final que resuma las acciones realizadas y los resultados obtenidos.
- **Cierre del contrato:** La aceptación final del proyecto estará sujeta a la revisión y aprobación de todos los trabajos entregados. Una vez que el responsable del contrato haya dado el visto bueno a las entregas finales, se emitirá el acta de recepción final, confirmando el cumplimiento del contrato.

5.5 Penalizaciones por retrasos o incumplimientos

Cualquier retraso en la entrega de los trabajos o el incumplimiento de los requisitos técnicos, si no está debidamente justificado, podrá conllevar penalizaciones según las estipulaciones del contrato. Las penalizaciones serán aplicadas conforme a lo establecido en los Pliegos de Cláusulas Administrativas Particulares (PCAP).

6 REQUISITOS DE PERSONAL Y EQUIPO TÉCNICO

6.1 Lote 1: desarrollo de la página web

Para el diseño y desarrollo de la página web de la Ruta GR38.3 o Lea Naturbidea, el equipo adjudicatario deberá estar compuesto por los siguientes perfiles:

- **Desarrollador web:**

Un desarrollador con experiencia en la implementación de sistemas CMS (WordPress o similar), capaz de desarrollar una web adaptativa y optimizada para SEO. Este perfil podrá encargarse tanto del desarrollo front-end como del back-end, optimizando costes al prescindir de más personal.

Especialista en SEO (opcional o a tiempo parcial): Se encargará de asegurar que la web esté completamente optimizada para motores de búsqueda.

- **Fotógrafo y videógrafo profesional**

Un/a profesional con experiencia en fotografía y videografía turística. Esta persona deberá producir y entregar un mínimo de 30 fotografías y 10 vídeos de alta calidad requeridos para el proyecto, así como realizar las ediciones necesarias. Asimismo, esta persona deberá estar habilitada para el pilotaje de drones y encargarse de la obtención de los permisos y autorizaciones necesarias para la realización de las tomas aéreas.

Una misma persona podrá desempeñar más de un perfil profesional, siempre que acredite la cualificación y experiencia necesarias para cumplir con las responsabilidades y tareas asignadas a cada rol. En estos casos, se deberá garantizar que el desempeño de múltiples funciones no afecte a la calidad, tiempos de entrega o cumplimiento de los objetivos del proyecto.

Competencia lingüística

Todo el personal asignado al proyecto deberá acreditar la capacidad para trabajar tanto en euskera como en castellano, mediante la presentación de los títulos oficiales homologados correspondientes.

Equipo técnico necesario:

- CMS (WordPress o similar).
- Software de desarrollo web: Visual Studio Code (VS Code), Atom.
- Herramientas SEO básicas: Screaming Frog (versión gratuita), Moz.
- Servidor de pruebas proporcionado por la empresa adjudicataria.
- Cámaras profesionales de fotografía y vídeo.
- Equipo de grabación y edición de vídeo.
- Software de edición multimedia: Adobe Premiere, Photoshop o similares
- Drones para tomas aéreas.

6.2 Lote 2: creación de redes sociales, gestión y evaluación

Para la ejecución del Lote 1, se requerirá el siguiente personal:

- **Responsable de estrategia digital y gestor de redes sociales**

Un profesional con al menos 5 años de experiencia en marketing digital y redes sociales. Este perfil se encargará de definir el calendario global, gestionar las campañas publicitarias y supervisar las publicaciones en redes sociales. Este profesional combinará los roles de estrategia digital y community manager, optimizando recursos.

- **Especialista en publicidad digital (PPC)**

Un profesional con al menos 3 años de experiencia en la gestión de campañas de publicidad pagada en redes sociales (Facebook Ads, Instagram Ads). Su función será definir y gestionar campañas publicitarias en función del presupuesto disponible.

- **Analista de datos**

Un profesional con experiencia en análisis de datos y métricas digitales, encargado de generar informes mensuales sobre el rendimiento de las campañas y redes sociales. Este perfil puede estar involucrado a tiempo parcial, ya que su principal tarea será la generación y análisis de informes.

Una misma persona podrá desempeñar más de un perfil profesional, siempre que acredite la cualificación y experiencia necesarias para cumplir con las responsabilidades y tareas asignadas a cada rol. En estos casos, se deberá garantizar que el desempeño de múltiples funciones no afecte a la calidad, tiempos de entrega o cumplimiento de los objetivos del proyecto.

Competencia lingüística

Todo el personal asignado al proyecto deberá acreditar la capacidad para trabajar tanto en euskera como en castellano, mediante la presentación de los títulos oficiales homologados correspondientes.

Equipo técnico necesario:

- Software para gestión de redes sociales: Hootsuite, Buffer o equivalente.
- Herramientas de análisis: Google Analytics, SEMrush.
- Plataformas de publicidad digital: Facebook Ads, Instagram Ads.
- Herramientas de edición gráfica básicas para redes sociales.

7 CONFIDENCIALIDAD, PROTECCIÓN DE DATOS Y PROPIEDAD INTELECTUAL

7.1 Confidencialidad

- **Obligación de confidencialidad:** El adjudicatario y su personal deberán mantener la confidencialidad sobre toda la información relacionada con el proyecto. No se permitirá la divulgación de información sin el consentimiento expreso de la Mancomunidad Lea Ibarra, bajo pena de sanciones contractuales.
- **Uso limitado de la información:** La información recibida sólo podrá ser utilizada para los fines del contrato y se destruirá o devolverá a la Mancomunidad una vez finalizado el mismo.

7.2 Protección de datos

- **Cumplimiento de GDPR:** El adjudicatario garantizará que el tratamiento de datos personales cumpla con el Reglamento General de Protección de Datos (GDPR), utilizando herramientas que ya cumplan con los estándares de seguridad y privacidad de datos.
- **Medidas de seguridad estándar:** Las medidas de seguridad implementadas (por ejemplo, certificados SSL, acceso restringido, encriptación) serán las requeridas por la normativa vigente, sin la necesidad de realizar auditorías adicionales que generen un coste extra para el proyecto.
- **Responsabilidad del tratamiento de datos:** Si se requiere tratamiento de datos personales, el adjudicatario firmará un acuerdo de encargo de tratamiento de datos.

7.3 Propiedad intelectual y derechos de uso

- Todos los materiales desarrollados en el marco del contrato (web, fotografías, vídeos, creatividades, diseños, textos, etc.) serán propiedad de la Mancomunidad desde su entrega.
- El adjudicatario cederá a la Mancomunidad, de forma indefinida y sin limitación territorial, todos los derechos de explotación de dichos materiales (reproducción, distribución, comunicación pública y transformación).

7.4 Permisos y licencias

- El adjudicatario será responsable de obtener todos los permisos y licencias necesarios para la ejecución del contrato, incluyendo:
 - Autorizaciones para el uso de drones.
 - Licencias de música, tipografías, software y recursos de terceros.
- Garantizará que dichos recursos no vulneran derechos de propiedad intelectual ni de terceros.

7.5 Responsabilidad

El adjudicatario responderá frente a la Mancomunidad de cualquier daño, perjuicio o reclamación derivada del incumplimiento de las obligaciones legales en materia de confidencialidad, protección de datos, propiedad intelectual o permisos/licencias.

8 CONTROL Y SEGUIMIENTO TÉCNICO DEL CONTRATO

El adjudicatario de cada lote presentará informes de seguimiento periódicos, en los que se detallará el impacto del plan en términos de sostenibilidad y transición digital, cumpliendo con los etiquetados verde y digital definidos para el proyecto. Estos informes se integrarán con los ya establecidos para evaluar las métricas de rendimiento (KPI), y se añadirán secciones específicas que permitan evaluar cómo las acciones realizadas contribuyen a los objetivos de transición ecológica y digital. El responsable del contrato revisará estos informes y podrá solicitar información adicional si es necesario para asegurar el cumplimiento de los principios establecidos en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

8.1 Designación de un responsable técnico

La Mancomunidad de Lea Ibarra designará un responsable técnico del contrato, que ejercerá de interlocutor con el adjudicatario. Este responsable estará a cargo de coordinar y supervisar los trabajos, revisar las entregas y aprobar los avances del proyecto, garantizando que se cumplan los plazos y los objetivos técnicos.

8.2 Reunión de lanzamiento:

Al inicio del proyecto, se llevará a cabo una **reunión de lanzamiento** entre el adjudicatario y el equipo designado por la Mancomunidad Lea Ibarra. En esta reunión se revisarán los objetivos del contrato, el cronograma de trabajo y las expectativas para cada lote. La reunión podrá realizarse de manera presencial o virtual, y servirá para acordar los pasos a seguir y resolver cualquier duda inicial.

8.3 Reuniones de seguimiento por lote:

- **Lote 1 (desarrollo de la página web y creación de contenidos audiovisuales):**

Se realizarán **reuniones quincenales**, donde se revisarán los avances en el desarrollo, la integración de funcionalidades y la optimización SEO. Estas reuniones permitirán validar las entregas parciales y asegurar una adecuada coordinación con los contenidos multimedia del Lote 1 y con el enfoque definido en redes sociales.

• Lote 2 (Creación de redes sociales, gestión y evaluación):

Se llevarán a cabo **reuniones quincenales** para revisar el progreso del calendario de contenidos, las acciones ejecutadas en redes sociales, y los informes de seguimiento. Durante estas reuniones, el adjudicatario presentará los informes trimestrales con las métricas clave de rendimiento (KPIs) y el impacto de las campañas publicitarias. Se propondrán ajustes estratégicos según los resultados obtenidos, asegurando que las acciones se alineen con los objetivos del Plan de Sostenibilidad Turística en Destinos.

8.4 Reunión final

Una vez completados los trabajos antes del 31 de marzo del 2026 se llevará a cabo una **reunión final** para revisar y validar las entregas definitivas. En esta reunión, el adjudicatario presentará un informe final sobre los trabajos realizados, y el responsable del contrato evaluará el cumplimiento de los requisitos técnicos antes de emitir el acta de recepción final.

8.5 Comunicaciones entre reuniones

Entre las reuniones de seguimiento, la comunicación entre el adjudicatario y el equipo del cliente se realizará mediante correo electrónico o herramientas de mensajería como **Slack** o **Microsoft Teams**, garantizando una respuesta ágil ante cualquier duda o incidencia.

8.6 Informes de progreso

- **Lote 1 (desarrollo web):** Informes mensuales durante los primeros 3 meses de desarrollo, donde se detallarán los avances en el desarrollo, pruebas de funcionalidad y SEO.
- **Lote 2 (redes sociales):** Informes trimestrales que detallen el rendimiento de las redes sociales y campañas publicitarias, junto con el análisis de KPIs como alcance, interacción, conversiones y crecimiento de seguidores.

8.7 Validación de entregas

• Entrega parcial

Las entregas parciales serán validadas en cada reunión de seguimiento por el responsable técnico del contrato. Cualquier modificación o corrección requerida deberá ser realizada en un plazo acordado entre ambas partes.

• Entrega final:

La aceptación final de cada lote dependerá de la aprobación del responsable técnico. Una vez que se hayan revisado y validado todas las entregas, se emitirá un acta de recepción final.