PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS QUE HABRÁ DE REGIR LA LICITACIÓN, MEDIANTE PROCEDIMIENTO ABIERTO, PARA LA CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE COMUNICACIÓN DIGITAL Y MATERIALES PROMOCIONALES EN EL MARCO DE LA CANDIDATURA CAPRICE II "CHILL WITH APPETISER WITH EUROPEAN WINE AND QUALITY PRODUCTS"

1. INTRODUCCIÓN

El presente Pliego de Prescripciones Técnicas regula la contratación de los servicios necesarios para la ejecución de determinadas acciones de comunicación digital, materiales promocionales y producción audiovisual en el marco del programa europeo CAPRICE II, titulado *"Chill with appetiser with European wine and quality products"*.

El programa CAPRICE II es una iniciativa promovida y financiada por la Unión Europea y gestionada por Fundación HAZI Fundazioa, entidad beneficiaria del proyecto. Basque Culinary Center Fundazioa (BCC) participa en la ejecución de diversas actuaciones previstas en el programa, en virtud de la adjudicación obtenida en la licitación convocada por HAZI para tal fin.

Los servicios objeto de este pliego tienen como finalidad dotar al programa CAPRICE II de una estrategia digital sólida, coherente y culturalmente adaptada a los mercados de Japón y Corea del Sur, asegurando el cumplimiento de:

- el Reglamento (UE) 1144/2014,
- sus actos delegados y de ejecución, y
- las directrices de la Comisión Europea sobre comunicación, visibilidad y uso del emblema de la Unión Europea, incluido el lema oficial *"Enjoy, it's from Europe"*.
-

Las actuaciones cubiertas por este pliego se enmarcan dentro de los compromisos que corresponden a BCC en la ejecución del proyecto, con una duración prevista de 36 meses.

2. OBJETO DEL CONTRATO

El objeto del contrato es la prestación integrada de los siguientes servicios:

- Diseño, desarrollo, puesta en marcha y mantenimiento de una página web informativa del programa en japonés y coreano.
- Gestión completa de redes sociales orientadas a los mercados de Japón y Corea del Sur.
- Producción y diseño de materiales de comunicación, incluyendo la narrativa visual de campaña.
- Producción y localización de vídeos promocionales.
- Desarrollo de contenidos multilingües y adaptación cultural a ambos países.
- Análisis, seguimiento y evaluación de los resultados digitales mediante informes periódicos.

El adjudicatario deberá garantizar coherencia creativa y estratégica entre todos estos elementos.

3. ESTRUCTURA FUNCIONAL DEL CONTRATO

A efectos organizativos y de ejecución, y en coherencia con los paquetes de trabajo (Work Packages-WP) definidos en el programa CAPRICE II, los servicios objeto del presente contrato se estructuran en los siguientes paquetes funcionales, sin que dicha estructuración implique en ningún caso la división en lotes del contrato:

A) Sitio Web y Redes Sociales (WP3):

Incluye el diseño, desarrollo, puesta en marcha y mantenimiento del sitio web del programa, así como la gestión integral de redes sociales en los mercados de Japón y Corea del Sur.

Abarca, entre otros, los siguientes servicios:
- Desarrollo web y mantenimiento técnico durante la duración del contrato.
- Creación, traducción y adaptación cultural de contenidos en japonés y coreano.

- Optimización SEO y analítica web.
- Gestión de cuentas de redes sociales por país (Instagram).
- Planificación editorial, creación de contenidos, publicación y dinamización.
- Interacción con usuarios y gestión de comunidad.
- Seguimiento de métricas y rendimiento digital.

B) <u>Herramientas de comunicación (WP5)</u>

Incluye el desarrollo conceptual y creativo de la campaña, así como la producción de materiales de comunicación y contenidos audiovisuales.

Comprende, entre otros:

- Definición de la narrativa, mensajes y enfoque de campaña.
- Diseño de identidad visual y desarrollo de key visuals.
- Elaboración de materiales gráficos digitales e impresos.
- Desarrollo de plantillas y recursos reutilizables.
- Producción audiovisual (guion, edición, adaptación).
- Localización lingüística y cultural de los contenidos.

C) <u>Coordinación estratégica y control del proyecto:</u>

Incluye la dirección estratégica del conjunto del proyecto, garantizando la coherencia global entre todos los elementos y el cumplimiento de los requisitos normativos aplicables.

Abarca:

- Coordinación integral de los distintos paquetes de trabajo.
- Garantía de coherencia estratégica, creativa y operativa.
- Supervisión del cumplimiento del Reglamento (UE) 1144/2014 y normativa asociada.
- Control de visibilidad y uso correcto de los elementos de la Unión Europea.
- Adaptación cultural a los mercados de Japón y Corea del Sur.
- Planificación global, cronograma y seguimiento.
- Evaluación de resultados y control de KPIs.

- Interlocución con la entidad contratante.

La presente estructuración tiene carácter exclusivamente funcional, siendo el adjudicatario responsable de la correcta ejecución íntegra del contrato, sin que pueda alegar división de responsabilidades entre los distintos paquetes.

4. ALCANCE Y DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS

Los servicios descritos en este apartado se desarrollan conforme a la estructuración funcional definida en el apartado 3, debiendo el adjudicatario garantizar la plena integración y coherencia entre todos los paquetes.

4.1. Página web del programa

El contratista deberá:

- Diseñar y desarrollar un sitio web completo y responsive.
- Integrar contenidos sobre los productos promocionados:
  - Txakoli (Bizkaia, Getaria y Álava)
  - Anchoa del Cantábrico del País Vasco
  - Bonito del Cantábrico del País Vasco
  - Euskal Sagardoa
- Elaborar secciones sobre métodos de producción, sostenibilidad, versatilidad del producto y reducción del desperdicio alimentario.
- Publicar contenidos en japonés y coreano, debidamente revisados por profesionales nativos.
- Realizar mantenimiento técnico y actualizaciones durante los 36 meses.
- Incorporar sistemas de analítica (GA4), SEO técnico y estándares de accesibilidad.

La web debe funcionar como epicentro informativo de la campaña.

4.2. Gestión de redes sociales (Japón y Corea del Sur)

El adjudicatario gestionará dos cuentas independientes (una por país) en Instagram, asegurando:

- Publicaciones periódicas con contenidos adaptados culturalmente.
- Diseño gráfico, copies localizados y coherencia visual.
- Dinámicas de interacción: sondeos, preguntas, acciones promocionales.
- Atención a comentarios y mensajes privados en japonés y coreano.
- Respeto a normativas publicitarias aplicables en cada país (incluyendo la promoción de bebidas alcohólicas).

Frecuencias mínimas por país y mes:

- 8–10 publicaciones en feed
- 8–12 stories
- 1 acción de interacción
- 1 vídeo o reel

4.3. Producción de materiales de comunicación

Los servicios incluyen:

- Definición de la narrativa general y mensaje de campaña.
- Diseño del kit gráfico:
  - Identidad visual
  - Key visuals
  - Plantillas editables
  - Materiales digitales e impresos
- Adaptación anual de los recursos conforme evolucione la campaña.
- Cumplimiento estricto de las guías gráficas de la UE.

4.4. Producción audiovisual

El contratista realizará:

- Guionización, grabación o uso de contenido stock, edición y localización de vídeos promocionales.
- Incorporación de subtítulos y/o locuciones en japonés y coreano.
- Versiones en formato horizontal, cuadrado y vertical.
- Distribución periódica de las piezas en canales digitales.

4.5. KPIs MÍNIMOS (por año)

Resultados digitales:

- 2 informes semestrales.
- 200 visitas web.
- 0,04 tasa media de participación en redes.
- 600 seguidores totales.
- 2.000 personas alcanzadas en redes.
- 1.200 visualizaciones de vídeo.

Resultados audiovisuales:

- Año 1: 100 visualizaciones mínimas.
- Años 2 y 3: 200 visualizaciones.

El adjudicatario podrá proponer objetivos más ambiciosos.

Además de los informes periódicos previstos en el presente pliego, la entidad contratante podrá requerir en cualquier momento la elaboración y entrega de informes adicionales de carácter técnico y/o económico.

El adjudicatario estará obligado a proporcionar dicha información en el formato y plazo que se determine, incluyendo, entre otros:

- Detalle de actividades realizadas.
- Estado de ejecución de las acciones.
- Desglose económico de los costes asociados.
- Justificación documental de gastos cuando resulte necesario (por ejemplo, fotografías).

Esta obligación se considera parte esencial del contrato y no generará derecho a contraprestación adicional.

4.6. Gastos de material/atrezzo/producto promocional

El adjudicatario asumirá íntegramente todos los gastos necesarios para la correcta ejecución de los servicios objeto del contrato, incluyendo, a título enunciativo y no limitativo:

- Costes de materiales creativos.
- Elementos de atrezzo para producciones audiovisuales o sesiones fotográficas.
- Adquisición, suministro o gestión de productos promocionales necesarios para la generación de contenidos.
- Cualesquiera otros recursos materiales necesarios para la ejecución de las acciones previstas.

Dichos costes se considerarán incluidos en el precio ofertado, no pudiendo ser objeto de facturación independiente.

5. METODOLOGÍA DE TRABAJO Y ENTREGA

El licitador deberá presentar en su oferta una metodología de trabajo exhaustiva, clara, coherente y adaptada a la naturaleza internacional del programa CAPRICE II.

El adjudicatario deberá describir un modelo de trabajo estructurado, con fases claras, hitos definidos y responsabilidades asignadas. Deberá explicar de forma detallada:

- Cómo garantizará la coherencia entre web, redes sociales, diseño gráfico y materiales audiovisuales.
- Cómo integrará los requisitos normativos y de visibilidad de la Unión Europea.
- Cómo abordará la adaptación cultural a Japón y Corea del Sur (lengua, estética, comportamientos digitales, normas de publicidad alimentaria y alcohólica).
- Su filosofía de trabajo en relación a revisiones, validaciones, comunicación continua y flexibilidad ante imprevistos.

El licitador deberá adjuntar un cronograma detallado que abarque los 36 meses de ejecución, indicando:

- Hitos principales.
- Dependencias entre tareas.
- Momentos de aprobación por parte de HAZI.
- Actividades recurrentes (publicaciones mensuales, mantenimiento web, informes periódicos).
- Actividades anuales (adaptaciones de diseño, actualización de materiales, acciones audiovisuales).
- Entregables concretos por trimestre.

El cronograma deberá mostrar claramente qué fases corresponden a puesta en marcha, despliegue, mantenimiento, evaluación y cierre.

El licitador deberá especificar los siguientes extremos:

- Herramientas internas del equipo (gestión de proyectos, diseño, edición, traducción).
- Herramientas colaborativas con HAZI (Teams, SharePoint, etc.).
- Canales oficiales de comunicación.
- Frecuencia de reuniones:
  - Kick-off
  - Seguimiento mensual
  - Revisión semestral de resultados
  - Reuniones extraordinarias cuando sea necesario

El licitador deberá designar un responsable único del contrato, que actuará como interlocutor directo y permanente con la entidad contratante.

Esta persona será la encargada de la coordinación, seguimiento y supervisión de la correcta ejecución del contrato, así como de la gestión de todas las comunicaciones oficiales.

La no designación de un responsable que cumpla estos requisitos se considerará incumplimiento de las obligaciones contractuales esenciales.

El adjudicatario deberá integrarse en el entorno digital de trabajo de la entidad contratante, utilizando obligatoriamente las herramientas corporativas que esta determine, en particular Microsoft Teams y, en su caso, SharePoint u otras soluciones del entorno Microsoft 365.

A través de dichas herramientas se gestionarán, entre otros aspectos:

- La comunicación ordinaria del proyecto.
- El intercambio de documentación.
- El seguimiento de tareas.
- La realización de reuniones de coordinación y validación.

El adjudicatario deberá garantizar la correcta utilización de estas herramientas por parte de su equipo de trabajo

6. LUGAR DE REALIZACIÓN

El servicio prestado se llevará a cabo en las dependencias de la empresa licitadora. En el caso de que, durante la ejecución del contrato, y siempre que dichos desplazamientos hayan sido previamente planificados y autorizados por la persona responsable del contrato designado por la entidad contratante, la realización de determinados trabajos requiera el traslado del personal del contratista, los gastos derivados de dietas,

alojamiento y viajes estarán incluidos en el importe del contrato y no podrán facturarse con carácter adicional.