



PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS QUE HABRÁ DE REGIR LA LICITACIÓN, MEDIANTE PROCEDIMIENTO ABIERTO ARMONIZADO, PARA LA CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE ASESORÍA Y GABINETE DE PRENSA Y COMUNICACIÓN PARA LA FUNDACIÓN DONOSTIA INTERNATIONAL PHYSICS CENTER

1. OBJETO DEL CONTRATO

El objeto del contrato lo constituye la prestación de los servicios de asesoría y gabinete de prensa y comunicación para la Fundación Donostia International Physics Center (en adelante, DIPC), según lo previsto en el presente Pliego, en el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares y en su correspondiente Carátula.

Por un lado, los **servicios de asesoría y gabinete de prensa y los de comunicación** comprenderán lo siguiente:

- Elaboración del plan de comunicación.
- Seguimiento del ámbito.
- Elaboración y difusión de informaciones, comunicados y notas de prensa.
- Gestión y promoción de entrevistas, reportajes y ruedas de prensa.
- Atención a medios y elaboración de dossiers y memorias de prensa.
- Servicio de press clipping diario.

Por otro lado, se incluye dentro del objeto del contrato la **elaboración de campañas de comunicación puntuales**, en base a la tarifa/hora que oferte la empresa adjudicataria, para su difusión en diferentes plataformas y medios de comunicación, principalmente, digitales; así como el **servicio de oficina de prensa y comunicación complementario para cubrir las necesidades adicionales y específicas** de las dos ediciones del **festival Passion for Knowledge** (en adelante, P4K) previstos para los años 2023 y 2025.

Todos los servicios indicados en esta cláusula se desarrollarán a continuación.

2. ALCANCE DE LOS TRABAJOS

Los objetivos que se deben cumplir con la prestación del presente contrato de servicios de asesoría y gabinete de prensa y comunicación son los siguientes:

- Dar apoyo al equipo de divulgación y comunicación de DIPC para la definición, ejecución y el seguimiento del plan de comunicación del centro.

- Cumplir con los objetivos del Plan de Comunicación de DIPC, revisándolos en función de la actividad y las circunstancias del centro, y atendiendo especialmente a la doble naturaleza del DIPC, como centro de investigación, así como agente de difusión, divulgación y promoción de la cultura científica.
- Poner en marcha las estrategias y acciones concretas necesarias para llegar a los distintos públicos objetivo de DIPC. Se consideran públicos objetivo, los siguientes: la comunidad científica (local, nacional e internacional), la Red Vasca de Ciencia, Tecnología e Innovación, las Instituciones públicas nacionales e internacionales, los prescriptores de opinión, y la sociedad en general, incluyendo colectivos específicos como la comunidad educativa, agentes culturales y otros.
- Dar a conocer el DIPC, sus investigaciones y actividades, tanto científicas como de difusión de la ciencia, a nivel estatal e internacional, potenciando y construyendo una identidad reconocible.
- Mantener el nivel actual de presencia constante en los medios de comunicación regionales, y, además, lograr una mayor presencia en medios estatales e internacionales, tanto a nivel cuantitativo como cualitativo.
- Dar a conocer el festival P4K y su relevancia a nivel estatal e internacional, construyendo una marca propia asociada al DIPC.
- La elaboración de campañas de comunicación puntuales.

3. CONTENIDO DE LOS SERVICIOS

Las acciones específicas objeto de contrato serán las siguientes:

a) Servicio de asesoría de prensa y comunicación

El servicio de asesoría de prensa y comunicación comprende las siguientes necesidades y servicios:

- **Elaboración del plan de comunicación 2023-2027 y su seguimiento**



La empresa contratista, en colaboración con la dirección de DIPC y la responsable de comunicación, elaborará un plan de comunicación estratégico para los próximos 5 años.

Esta tarea deberá realizarse necesariamente entre el último trimestre de 2022 y primer trimestre de 2023.

Asimismo, durante el último trimestre de cada año la empresa contratista elaborará un plan de comunicación y acciones específico para el siguiente año que contemple las actividades ya programadas y previstas para ese año, y que se irá actualizando y completando a medida que vayan surgiendo nuevas necesidades.

Durante toda la vigencia del contrato, la empresa contratista realizará un seguimiento continuo del grado de cumplimiento del plan aprobado junto a la responsable de comunicación de DIPC.

En diciembre de 2023 (y posteriores años en caso de prórroga/s), la empresa contratista, en colaboración con la responsable de comunicación y su equipo, si fuese oportuno, analizará los resultados de las acciones de comunicación llevadas a cabo durante el ejercicio, y realizará las actualizaciones necesarias en el plan de cara al siguiente año. Dicho análisis se recogerá en un informe anual de comunicación, que deberá ser elaborado por la empresa contratista.

- **Seguimiento del ámbito y propuesta de actividades y mejoras.**

Durante toda la vigencia del contrato, la empresa contratista realizará un seguimiento continuo del ámbito y propondrá las actividades y acciones de mejora que crea pertinentes.

b) Servicio de gabinete de prensa y comunicación

El Servicio de gabinete de prensa y comunicación comprende las siguientes necesidades y servicios:

- **Identificación de oportunidades de comunicación.** Podrán ser objeto de difusión:

- Las investigaciones realizadas por los grupos de investigación de DIPC, ya sea en solitario como a través de colaboraciones con otros centros.
 - Los premios, nominaciones, concesión de ayudas y becas, patentes, publicaciones, tesis doctorales, proyectos de investigación, etc. de la comunidad científica de DIPC.
 - Los congresos, conferencias, charlas, o reuniones de carácter científico organizados o coorganizados por DIPC.
 - Proyectos, acciones o cualquier tipo de evento de divulgación organizado o coorganizado por DIPC.
 - La actualidad corporativa del centro: nuevas incorporaciones, creación de empresas, memoria de actividades, planes estratégicos, firma de convenios, etc.
- **Elaboración de informaciones, comunicados y notas de prensa para los medios de comunicación, plataformas digitales y medios digitales propios de DIPC.**
 - **Difusión de las informaciones a medios de comunicación y plataformas digitales, y publicación en la página web y redes sociales de DIPC.** Actualmente DIPC cuenta con perfiles para la difusión de información en Twitter, Facebook, LinkedIn e Instagram.
 - Se prevé la **elaboración de, al menos, una nota de prensa mensual**. Esto, no obstante, el contratista deberá elaborar todas las notas de prensa necesarias para optimizar la difusión durante y después de las actividades de DIPC. En la elaboración y difusión de comunicados y notas de prensa se tendrán en cuenta los siguientes requisitos:
 - Se elaborará un procedimiento específico para la difusión de noticias científicas, que podrá incluir la realización de fotografías si fuese necesario.
 - Idiomas: Las informaciones se redactarán en los idiomas que se determinen en cada caso. La empresa contratista deberá prever la

redacción de comunicados y notas de prensa en tres idiomas (a saber, inglés, español y euskera)

- Manual de Marca: Todas las comunicaciones deberán seguir las indicaciones contempladas en el Manual de Marca de DIPC.
- Canales: La información tendrá una cobertura de difusión autonómica, estatal o internacional, tanto en medios de comunicación generalistas convencionales como en medios de comunicación especializados, en función de la noticia.

En el caso de una difusión internacional especializada, se garantizará la incorporación de la noticia en, al menos, las páginas web más significativas (a saber: Alphagalileo, Eurekalert!, Cordis-Wire, SINC, etc.). Asimismo, se enviará la noticia a las secciones de ciencia de agencias de noticias como Reuters, AP, AFP, EFE, EuropaPress, etc.

- Se prevé, adicionalmente, la **elaboración de, al menos, una o dos informaciones o noticias al mes** para su publicación en los canales propios de DIPC. Este contenido deberá ser redactado en los tres idiomas en los que se presenta la web del DIPC (a saber, inglés, español y euskera).
- **Gestión y promoción de entrevistas y reportajes.**

Se gestionarán las entrevistas en diferentes medios de comunicación con personas de interés relacionadas con las actividades de DIPC. La empresa contratista ayudará en la preparación de las entrevistas a los miembros de DIPC. Se gestionará y promoverá la publicación de reportajes en diferentes medios de comunicación sobre las actividades desarrolladas.

- **Gestión de ruedas de prensa.**

Se gestionarán las ruedas de prensa oportunas de actividades desarrolladas por DIPC realizando las convocatorias pertinentes y facilitando en su caso a cada periodista un dossier con la documentación correspondiente. La empresa contratista deberá prever la redacción de la documentación en tres idiomas (a saber, inglés, español y euskera).

En los casos en los que se considere necesario, la empresa contratista se encargará asimismo de dar la cobertura fotográfica pertinente a la rueda de prensa y disponer de imágenes para adjuntar al envío posterior de la nota de prensa correspondiente. También deberá identificar y gestionar la provisión de los recursos técnicos necesarios para el correcto desarrollo de la rueda de prensa teniendo en cuenta el emplazamiento de la misma.

- **Atención a las demandas de información de periodistas**, medios y otras entidades en coordinación con la responsable de comunicación de DIPC y su equipo.

La empresa contratista deberá atender las demandas de periodistas y medios para solicitar cualquier tipo de información o requerimiento, realizando funciones de relaciones públicas como por ejemplo las siguientes: concertar entrevistas, contactar con personas relacionadas con DIPC, enviar fotografías, archivos audiovisuales, información adicional, etc.

También se deberán atender las demandas de información que pudieran venir de otras entidades que requieran documentación general o específica sobre DIPC.

Se creará además una base de datos que la empresa contratista pondrá a disposición del DIPC que recogerá el contacto de todos los y las periodistas y medios de comunicación que hayan mostrado interés en las actividades del centro.

- **Elaboración de dossiers y memorias de prensa**

Se elaborarán dossiers y memorias de prensa, de forma trimestral, en los que deberá figurar la relación detallada de gestiones realizadas y las acciones de comunicación llevadas a cabo para cada actividad.

Asimismo, los dossiers incluirán datos adicionales provenientes del press-clipping y tablas de indicadores de los que DIPC hace seguimiento. La empresa contratista y la responsable de comunicación del DIPC junto a su equipo, acordarán previamente el contenido de esos datos y tablas, que como mínimo deberán incluir el número total de impactos diferenciados por tipo de medio (prensa escrita, digital, radio o televisión). El informe anual incluirá también un resumen de dichos indicadores.



La empresa contratista se encargará a su vez de preparar la memoria de prensa que anualmente se presenta en la reunión del patronato del centro de noviembre.

Todos estos documentos serán entregados en formato digitalizado, siguiendo los requerimientos de DIPC.

c) Servicio de Press-Clipping

Recopilación, selección y seguimiento diario de prensa escrita (papel y online). La empresa contratista deberá elaborar y remitir diariamente, en los formatos electrónicos requeridos por DIPC, un dossier con noticias de interés, noticias de entidades del ámbito competitivo, noticias del propio DIPC, etc.

Los impactos correspondientes a DIPC que hayan sido publicados en soporte papel se facilitarán en formato PDF, omitiendo las cabeceras habituales de los repositorios de prensa.

Sin perjuicio de lo establecido en el párrafo anterior, y para poder valorar los resultados de los trabajos realizados, se deberá recopilar cualquier referencia e información sobre DIPC, y su aparición en medios de comunicación autonómicos, estatales e internacionales (prensa, radio, televisión y medios digitales). Todas estas referencias deben ser recopiladas y archivadas cronológicamente en documentos individuales, y se pondrán a disposición de DIPC de forma trimestral en formato digitalizado.

Asimismo, y cuando DIPC así lo requiera, la empresa contratista elaborará dosieres específicos por proyectos o actividades que incluyan una recopilación de todos los impactos o resultados concretos de dicho proyecto.

d) Servicio de oficina de comunicación de Passion for Knowledge (P4K)

Además de los servicios regulares de gabinete de prensa descritos anteriormente, la empresa contratista deberá proveer los siguientes servicios adicionales para las dos ediciones previstas del festival P4K en 2023 y 2025:

- **Diagnóstico previo de P4K a nivel comunicativo**

Este diagnóstico tiene como objetivo realizar una fotografía inicial del festival P4K, cómo está posicionado tanto en medios de comunicación como en la sociedad, para construir, desde allí, nuevas propuestas que lo potencien.

La empresa contratista deberá presentar este diagnóstico con al menos 6 meses de antelación a la fecha de inicio de la siguiente edición de P4K, y el mismo, será la base para diseñar el plan de comunicación del evento.

- **Elaboración del plan de comunicación de P4K**

Partiendo del diagnóstico previo realizado y en coordinación con la responsable de comunicación de DIPC y el comité organizador de P4K, la empresa contratista deberá diseñar un plan de comunicación específico e integral para cada edición del festival P4K.

Esta tarea deberá realizarse con la antelación necesaria y suficiente para lograr el correcto cumplimiento de los objetivos propuestos en el mismo, y deberá incluir un cronograma detallado de acciones e hitos a desarrollar antes, durante y después de cada edición.

En la elaboración del mencionado plan se tendrán en cuenta entre otros los siguientes requisitos:

- **Plan de posicionamiento de P4K**

Se deberán proponer estrategias y acciones concretas que hagan más reconocible entre el público general el festival P4K.

Estas estrategias deberán tener muy en cuenta las redes sociales y diferentes plataformas de interacción con el público, para ir creando una comunidad vinculada al evento.

Las acciones propuestas podrán asimismo incluir campañas en soportes físicos y digitales, así como, colaboraciones con prescriptores de opinión y divulgadores profesionales.

Como resultado de las acciones propuestas, se espera que aumente la participación del público en el evento a nivel regional, y la valoración y reconocimiento del P4K a nivel estatal.

- **Plan de medios para cada edición de P4K**

En función del resultado del diagnóstico previo, se diseñará una estrategia específica para medios, enfocada como mínimo en mantener la presencia lograda hasta ahora en medios de comunicación regionales, y aumentar la presencia de P4K en medios estatales e internacionales, tanto a nivel cuantitativo como cualitativo.

Para ello, la empresa contratista deberá proponer estrategias y acciones concretas que incentiven una mayor acreditación y participación de la prensa en las ediciones de P4K.

• **Ejecución y desarrollo del plan de comunicación aprobado**

Sin perjuicio de lo establecido en los servicios regulares de gabinete de prensa descritos en el apartado anterior, la empresa contratista deberá asimismo ejecutar y desarrollar todas las acciones complementarias previstas en el plan de comunicación específico aprobado por DIPC para cada edición de P4K. Esto incluirá entre otros, la redacción y elaboración (previsiblemente en tres idiomas, a saber, inglés, español y euskera) de tantos documentos, informaciones, notas, dosieres de prensa, etc. sean necesarias para la correcta ejecución del plan acordado.

El servicio de oficina de comunicación de cada edición de P4K se dará por finalizado una vez presentado el correspondiente informe final recopilatorio de impactos e indicadores, así como un informe de valoración de los resultados obtenidos.

e) Campañas de comunicación puntuales

La empresa adjudicataria deberá igualmente proponer, a iniciativa propia o a solicitud de DIPC, campañas de comunicación puntuales sobre convocatorias u objetivos estratégicos de DIPC, para su difusión en medios, principalmente en canales digitales, y redes sociales.

Dichas campañas incluirán la creación de contenidos audiovisuales (imágenes, infografías, vídeos) y de los mensajes para los posts en redes sociales.

A modo orientativo, se prevé que DIPC podría solicitar la elaboración de 4 campañas anuales.



4. METODOLOGÍA

Tras la formalización del contrato, se realizarán las reuniones necesarias que requiera la buena ejecución del servicio.

Será especialmente importante establecer procedimientos específicos, y diferenciados, si fuese necesario, para la difusión de información científica y las actividades de divulgación.

Una vez superada esta primera fase, la responsable de comunicación de DIPC convocará una reunión mensual de coordinación y seguimiento. En función de las actividades previstas, se establecerá el cronograma y las reuniones complementarias que sean necesarias.