

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TECNICAS DEL EXPEDIENTE QUE TIENE POR OBJETO EL ACUERDO MARCO PARA LA CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE PUBLICIDAD, CREATIVIDAD Y PRODUCCIÓN DE LAS CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE CULTURA Y POLÍTICA LINGÜÍSTICA DEL GOBIERNO VASCO

1.- Objeto del acuerdo marco

Este acuerdo marco tiene por objeto:

- a) La selección de hasta un máximo de cuatro empresas contratistas a fin de prestar los servicios de publicidad, creatividad y producción de las campañas de comunicación del Departamento de Cultura y Política Lingüística del Gobierno Vasco.
- b) Fijar las condiciones de adjudicación y ejecución a las que se ajustarán los contratos derivados del acuerdo marco.

Las campañas estarán alineadas con los objetivos estratégicos del departamento, en ámbitos como:

- El fomento de la actividad física.
- La promoción de la cultura y los y las artistas como motor social.
- El impulso del uso del euskera.
- La valorización del patrimonio cultural.
- La promoción del deporte de alto nivel.
- La difusión del ecosistema audiovisual vasco.
- El sentido comunitario de la sociedad vasca y de la identidad cultural.

Todo ello con el objetivo de dar respuesta a las funciones encomendadas a la Dirección de Gabinete y Medios de Comunicación Social, entre las que se encuentran la asistencia en el ejercicio coordinado de las competencias atribuidas al departamento y la gestión de las campañas publicitarias del departamento.

2.- Alcance de los servicios

Los servicios de publicidad, creatividad y producción de las campañas de comunicación objeto de contratación incluyen los siguientes aspectos:

Conceptualización y diseño:

- Desarrollo del enfoque estratégico.
- Propuesta de eslogan y línea gráfica.
- Diseño gráfico (key visual).
- Redacción de mensajes y textos (en euskera y castellano).
- Adecuación a la guía visual corporativa del Departamento.

Producción y adaptación de materiales:

- Spots audiovisuales (TV, cine, streaming, redes).
- Cuñas de radio.
- Adaptaciones para:
 - Prensa escrita y digital.
 - Publicidad exterior (MUPIs, OPPIs, banderolas, lonas, etc.).
 - Redes sociales: Instagram, Facebook, X (Twitter), LinkedIn, TikTok, YouTube.
 - Plataformas digitales (banners, pop-ups).
 - Soportes físicos (carteles, folletos, roll-ups, photocalls, etc.).

A modo únicamente orientativo, se espera una cantidad de 4 campañas anuales.

3.- Coordinación y metodología

La entidad adjudicataria de cada contrato basado deberá realizar los trabajos de conformidad con la propuesta realizada mediante una metodología avanzada en la creación de publicidad en euskera y castellano.

Al inicio de cada campaña/proyecto se realizará una reunión inicial en la que se definirá el plan de trabajo, así como el proceso de seguimiento hasta finalización del mismo.

El calendario de trabajo será puesto en conocimiento de la empresa adjudicataria por parte del órgano promotor del contrato con la antelación necesaria para su ejecución una vez se apruebe definitivamente.

Recibido el encargo, la entidad adjudicataria efectuará todos aquellos trámites y gestiones que sean precisos para el buen fin del proyecto/campaña, debiendo informar a la Dirección de Gabinete y Medios de Comunicación Social de manera pormenorizada de las actuaciones realizadas.

La empresa adjudicataria deberá adaptarse, en todo momento, a las directrices que establezca la Dirección de Gabinete y Medios de Comunicación Social, con las prioridades que en cada momento pudiera ésta establecer en función de las necesidades que surjan a lo largo de la ejecución del contrato basado.

La empresa adjudicataria estará disponible para asistir a cuantas reuniones le requiera el órgano promotor.

La persona o entidad adjudicataria está obligada a aportar los medios personales y materiales suficientes para la correcta prestación del servicio.

Los trabajos a realizar siempre deben de estar consensuados por el personal de la de Dirección de Gabinete y Medios de Comunicación Social.

4.- Disponibilidad horaria

La empresa adjudicataria deberá contar con disponibilidad para recibir y gestionar órdenes fuera del horario de oficina cuando sea necesario para el cumplimiento del objeto del contrato basado. Para ello, deberá garantizar un mecanismo de atención que permita la recepción y confirmación de solicitudes en un plazo máximo acordado entre la empresa adjudicataria y la Dirección de Gabinete y Medios de Comunicación Social, asegurando en todo momento el cumplimiento de la normativa laboral vigente.

Los costos asociados a esta disponibilidad correrán a cargo de la empresa adjudicataria. Además, el incumplimiento reiterado podrá dar lugar a penalizaciones.

5.- Supervisión y control

La empresa adjudicataria de cada contrato basado deberá:

- Participar en reuniones de coordinación y seguimiento.
- Ajustarse al calendario y requisitos del briefing.
- Respetar la guía visual del Departamento.
- Garantizar disponibilidad y agilidad en la comunicación con el Departamento.

En Vitoria-Gasteiz, a fecha de la firma electrónica.

SERGIO
GREÑO
LASHERAS -
72832132X

Digitalki sinatuta
norenandik:
SERGIO GREÑO
LASHERAS -
72832132X
Data: 2025.12.11
14:08:25 +01'00'

Sergio Greño Lasheras

Asesor jurídico de la Dirección de Gabinete y Medios de Comunicación Social