Transportes Urbanos de Vitoria, S.A.

TUVISA

Gasteizko Hiri Garraioak, SA

Documento firmado por ERKIAGA VAZQUEZ ARGIÑE - ***3442** el 24/04/2026 con un certificado emitido por AC FNMT Usuarios

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS

CONTRATO DE SERVICIOS

Procedimiento abierto

Expediente nº: 2026-04

Objeto: Explotación publicitaria integral de la flota de autobuses de TUVISA y de los aparcamientos de Iradier Arena y Artium

Aguirrelanda, 2
01013 Vitoria-Gasteiz
Tel.: 945 16 10 54
tuvisa@vitoria-gasteiz.org
www.vitoria-gasteiz.org

1.- OBJETO DEL CONTRATO.

El presente procedimiento tiene por objeto la selección, por parte de TRANSPORTES URBANOS DE VITORIA-GASTEIZ, S.A (en adelante, indistintamente, entidad contratante o TUVISA), de un contratista que explote la publicidad del exterior de los autobuses de la compañía, sus pantallas embarcadas, así como la primera planta del aparcamiento Artium, y la primera y segunda planta del aparcamiento Iradier Arena (zona rotación, accesos peatonales y ascensores), incluyendo como mínimo, la gestión comercial, producción, impresión, colocación, mantenimiento, conservación, reposición y retirada del material publicitario.

Asimismo, el objeto del contrato incluye: los servicios de impresión, producción, colocación y retirada de material publicitario para campañas propias de TUVISA y AYUNTAMIENTO DE VITORIA-GASTEIZ en los términos previstos en el Pliego de Prescripciones Técnicas y el presente Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares.

Con carácter orientativo se prevé, durante todo el plazo de vigencia del contrato, la explotación publicitaria de:

- **LOTE 1: FLOTA DE AUTOBUSES**

  96 autobuses, 63 de 12 metros y 33 autobuses articulados de 18 metros.

  La explotación publicitaria se extenderá a los posibles nuevos autobuses que se incorporen a la flota durante la vigencia del contrato, y se reducirá en aquellos que se den de baja. Se contempla un periodo de excepcionalidad de 2 meses, desde el momento de la entrada de los vehículos en funcionamiento en las líneas de TUVISA, para todos los vehículos que se incorporen a la flota durante la vigencia del contrato, en los que no se podrá colocar publicidad exterior en ellos. TUVISA se reserva, durante esos primeros 2 meses, el uso de toda la superficie exterior para rotulaciones especiales. Una vez finalizado este plazo de excepcionalidad por autobús, la empresa adjudicataria dispondrá del espacio rotulable exterior durante el resto de la vigencia del contrato.

- **LOTE 2: APARCAMIENTOS**

  APARCAMIENTO ARTIUM:
  - 1ª planta
  - Superficie: 6.800 m2
  - Dos accesos principales con ascensor
  - 215 plazas
  - 63 plazas en alquiler sin asignación de plaza

  APARCAMIENTO IRADIER
  - 1ª y 2ª planta
  - Superficie: 17.200 m2 (8.600 m2/planta)
  - 614 plazas
  - 1ª Planta: 240 plazas + 58 reservadas al Ayuntamiento
  - 2ª Planta: 316 plazas
  - 468 plazas en alquiler sin asignación de plaza
  - Dos accesos principales con ascensor

2.- CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DE LA CONTRATACIÓN

2.1 Catálogo comercial: Formatos de publicidad

Tanto para el lote 1 como para el lote 2, la adjudicataria presentará a TUVISA una propuesta de catalogo comercial por cada tipo de soporte (flota exterior y pantallas embarcadas, así como aparcamientos) que incluirá diferentes modalidades y formatos de publicidad que requerirán la aceptación previa, caso por caso, por TUVISA antes de su comercialización.

En dicho catálogo se deberá especificar la definición de cada una de las modalidades.

2.2 LOTE 1: Publicidad exterior flota autobuses

2.2.1 Materiales y sistemas de colocación

Para la confección de los anuncios se emplearán materiales y pegamentos idóneos para esta finalidad de forma que se asegure la vida de este durante el periodo de vigencia del contrato, soportando las condiciones extremas de exposición a la luz solar, la intemperie y el calor (desprendido por el vehículo) sin menoscabo de la imagen de la compañía (se recomienda laminado U.V.I o equivalente). Permitirán además una fácil retirada de los anuncios al finalizar el periodo contratado sin causar daños en la pintura o en la superficie de los soportes (superremovible).

Los vinilos publicitarios deberán estar homologados y cumplir con las normas establecidas para la rotulación de autobuses de la Inspección Técnica de Vehículos (ITV) y deberán ser retirados en caso de que el vehículo sea rechazado en dicha inspección.

La empresa adjudicataria deberá tener siempre las campañas y sus elementos en perfecto estado de conservación, independientemente si su deterioro se ha producido por causas naturales o debido a accidentes, averías, incidentes…

Durante el suministro, instalación o desinstalación de las campañas publicitarias el contratista será responsable de todos los daños y perjuicios directos o indirectos que se puedan ocasionar.

La adjudicataria estará obligada a dejar los vehículos en perfecto estado, sin restos de pegamento, adhesivo o residuo, y sin daños a la carrocería. En el caso de desperfectos en la carrocería que requerirán de reparación y/o pintado, TUVISA reparará dicho desperfecto emitiendo factura a la adjudicataria.

Los anuncios que ocupen zona acristalada (exterior de autobuses) deberán permitir la visión a través de estos (microperforado o equivalente).

En ningún caso, la publicidad, debe tapar, pictogramas reglamentados, cartelería digital del vehículo, número del vehículo, faros del vehículo, salidas de gases, ni de emergencias, debiendo permitir el acceso a las zonas de mantenimiento, la correcta operación de portones y sin interferir en: matrícula, ventanas de socorro, orificios de aspiración, ventilación y escape de vehículos, los grupos ópticos del mismo, carteles luminosos de anuncio de líneas, visión del personal de conducción de TUVISA. Cualquier

pictograma, indicación o número exterior que quede oculto por la rotulación deberá ser inmediatamente colocado en el exterior a cargo de la contratista.

La licitadora presentará su sistema de inserción de anuncios publicitarios detallándolo en la propuesta técnica que ha de aportar. En cualquier caso, todo material utilizado para la inserción de publicidad deberá cumplir con las normas de homologación vigentes en cada momento.

Todos los costes de impresión de rotulación y fijación de anuncios correrán a cargo de la adjudicataria, ya sea de forma directa o a través de la persona con la que éste subcontrate tales trabajos.

Durante el suministro, instalación o desinstalación de las campañas publicitarias la contratista será responsable de todos los daños y perjuicios directos o indirectos que se puedan ocasionar a cualquier persona, propiedad o servicio público o privado, como consecuencia de los actos, omisiones o negligencias del personal a su cargo, o una deficiente organización de los trabajos. Ej. Inspecciones de ITV no aprobadas.

TUVISA podrá supervisar en todo momento la fijación de anuncios y emitir las instrucciones que considere oportunas.

2.2.2 LOTE 1: Reserva de espacio publicitario en el exterior de la flota TUVISA – AYUNTAMIENTO VITORIA-GASTEIZ

El porcentaje total mensual de todos los espacios publicitarios para TUVISA y el Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz (para campañas propias y otras colaboraciones con terceros) no podrá ser inferior al 15% del total.

En el caso de que existan soportes que no tengan contratada publicidad por la empresa adjudicataria, TUVISA y el Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz podrán disponer de ellos, para campañas o contrataciones propias. De la misma forma, los autobuses reservados para TUVISA/Ayto Vitoria-Gasteiz podrán ser gestionados por la adjudicataria siempre que TUVISA/Ayto Vitoria-Gasteiz no los utilice.

Esta reserva se actualizará proporcionalmente al aumento o disminución de la flota comercializable.

La empresa adjudicataria deberá asumir el coste de producción, mantenimiento, colocación y desmontaje de todas esas campañas durante toda la duración del contrato sin ningún tipo de restricción en cuanto a la cantidad de campañas o formatos necesarios.

2.3 LOTE 1: Publicidad interior: pantallas embarcadas (3 pantallas por cada vehículo)

La empresa adjudicataria ofrecerá un sistema multimedia embarcado compuesto de:

1. Explotación publicitaria: La empresa adjudicataria comercializará spots publicitarios en este soporte en la proporción establecida por TUVISA, que en ningún caso superará el 50% del total de emisión.

2. Información de entretenimiento: Entre los contenidos que se proyectarán en las pantallas, se deberá de incluir información de calidad para el pasaje como noticias, información del tiempo, recomendaciones del viaje, pasatiempos… En esta información tendrá especial relevancia la información local y más cercana. Además, se difundirá información de servicio e información propia de TUVISA y del Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz.

3. Tiempos de espera e información de próxima parada: Se podrán mostrar también los tiempos de llegada que serían generados directamente por el SAE de TUVISA. Información sobre próxima parada: el sistema podrá anunciar aviso de próxima parada mostrando a través de los monitores una descripción gráfica de la misma, mediante un esquema de su situación, así como información de interés asociada (número de línea, enlaces con otras líneas, puntos de referencia, etc.). Esta descripción gráfica correría a cargo de la empresa adjudicataria. Estarán a disposición de la empresa adjudicataria los planos de próxima parada en su formato actual para que ésta realice la adaptación gráfica correspondiente. Cualquier modificación que ocurra en el servicio de TUVISA (cambio de itinerarios, paradas, etc.) exigirá que la empresa adjudicataria desarrolle los nuevos avisos de parada sin coste alguno para TUVISA. Para ello TUVISA informará acerca de los cambios de recorrido de los autobuses, sus paradas exactas y enlaces con otras líneas. La información de próxima parada tendrá prioridad sobre cualquier otra información y se realizará previamente a la llegada a todas las paradas y salida. En el momento de la parada se garantizará en todo caso la información de los posibles transbordos. Algunas informaciones deberán ser transmitidas en tiempo real a los autobuses (tales como la afectación en el tráfico y alteraciones imprevistas en el servicio).

TUVISA y el Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz se reservan la opción de emitir información y publicidad propia, así como el derecho de incluir determinados acuerdos o convenios que puedan surgir puntualmente con determinadas instituciones, colectivos, o asociaciones. La información propia de TUVISA será transmitida a la adjudicataria para que diseñe, elabore y la incluya en la programación.

La información y publicidad a emitir deberá ser sin audio y estar adaptada a los requisitos técnicos de las pantallas.

Los aspectos relativos al diseño deberán consensuarse con TUVISA. Una vez formalizado el contrato, la adjudicataria deberá proponer al menos 2 alternativas en este sentido, y una 3ª mejorada tras la selección inicial, de forma que TUVISA considere la propuesta adecuada para sus intereses. Este diseño deberá cumplir los estándares de calidad orientados al diseño gráfico.

La adjudicataria deberá respetar el manual de identidad corporativa del Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz, realizando las aplicaciones gráficas necesarias haciendo un uso correcto del mismo, para garantizar así la proyección de una imagen institucional única, coherente y diferenciada.

Esta información puede ser recogida en la web municipal www.vitoria-gasteiz.org/normativagraficamunicipal.

La carga en el sistema informático se consensuará con TUVISA.

Toda la información emitida a través de las pantallas que no sea publicidad se realizará tanto en euskera como en castellano. La empresa adjudicataria deberá observar, durante la ejecución del contrato, la cooficialidad de ambos idiomas, euskera y castellano, sujetando su actividad a criterios de bilingüismo y de respeto a los derechos lingüísticos de los ciudadanos y ciudadanas, de acuerdo con las disposiciones recogidas en la Ley 10/1982, básica de normalización del uso del euskera, el Estatuto de Autonomía del País Vasco, el Decreto 86/1997, que regula los procesos de normalización de la Administración Pública de Euskadi y Plan del Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz de 2019. Además, se deberá hacer uso de un lenguaje inclusivo.

2.4 LOTE 2: APARCAMIENTOS

La explotación publicitaria comprende la totalidad de soportes o modalidades publicitarias de los siguientes aparcamientos: **Artium (1ª planta) e Iradier Arena (1ª y 2ª planta).**

La empresa adjudicataria, incluirá en su propuesta técnica una relación de soportes propuestos, de la operativa de trabajo y de la estrategia comercial para la comercialización de los soportes en aparcamientos. La utilización de distintos soportes vendrá limitada por las características de cada aparcamiento y por la aprobación previa de los mismos por parte de TUVISA. La empresa adjudicataria deberá tener en cuenta las siguientes consideraciones:

1. Corresponde a la adjudicataria la instalación, mantenimiento y desinstalación de los soportes publicitarios.
2. La adjudicataria propondrá a TUVISA el tipo de soporte a instalar en cada aparcamiento, así como el número en cada uno de ellos, especificando las características técnicas de los mismos, debiendo contar con la aprobación por parte de TUVISA para llevarlo a cabo.
3. Si la instalación de los soportes publicitarios conllevara la realización de obras en el aparcamiento, así como la conexión de suministro eléctrico del mismo, la empresa adjudicataria deberá contar con la aprobación por parte de TUVISA.

Como ejemplos de soportes publicitarios se proponen:

- Mupis
- Pantallas digitales
- Publicidad en barreras
- Accesos de vehículos y peatones
- Acciones especiales
- Otros (cartelería, lonas…)

La empresa adjudicataria deberá tener siempre las campañas y sus elementos en perfecto estado de conservación, independientemente si su deterioro se ha producido por causas naturales o debido a accidentes, averías, incidentes…

Durante el suministro, instalación o desinstalación de las campañas publicitarias el contratista será responsable de todos los daños y perjuicios directos o indirectos que se puedan ocasionar.

Todos los costes de impresión de rotulación y fijación de anuncios correrán a cargo de la adjudicataria, ya sea de forma directa o a través de la persona con la que éste subcontrate tales trabajos

3.- CONTROL DE CONTENIDOS

La empresa adjudicataria no podrá comercializar anuncios que a juicio de TUVISA no reúnan las condiciones estéticas, sean contrarios a lo dispuesto en la legislación vigente y a la Ley General de la Publicidad.

TUVISA estará facultada para prohibir la fijación o inserción de anuncios, o en su caso ordenar su retirada de manera inmediata, cuando considere que el contenido publicitario atenta contra su imagen, la del servicio público de transporte que tiene encomendado, contra la normativa municipal o cuando el contenido publicitario se considere contrario a la moral, al orden público o a las buenas costumbres. Esta situación no provocará compensación o indemnización alguna a favor del adjudicatario, ni obligación de TUVISA con el cliente.

Así mismo, se prohíbe toda comunicación que vulnere la dignidad humana o fomente la discriminación por razón de sexo, origen étnico o nacional, religión o creencia, discapacidad, edad u orientación sexual.

Toda publicidad, imagen o materiales deberán emplear un uso no sexista del lenguaje, evitar cualquier imagen discriminatoria de las mujeres o estereotipos sexistas, y fomentar una imagen con valores de igualdad, presencia equilibrada, diversidad, corresponsabilidad y pluralidad de roles e identidades de género.

Los anuncios de productos de productos de tabaco, bebidas alcohólicas, juegos de azar y apuestas está prohibida y los anuncios de medicamentos, alimentos, productos sanitarios o cosméticos, publicidad dirigida a niños/as o cualquier otro producto que en cada momento sea objeto de normativa específica, se ajustarán a la normativa sectorial vigente, incluidos los códigos de conducta sectoriales.

TUVISA deberá supervisar los contenidos de cualquier soporte antes de su colocación y/o emisión. Para ello, la empresa adjudicataria deberá remitir los contenidos a aprobar a TUVISA en el plazo mínimo de una semana.

TUVISA se reserva el derecho a autorizar o denegar, en última instancia, aquellas campañas que considere que no reúnan las condiciones establecidas, que puedan afectar a la sensibilidad o al buen gusto de la ciudadanía.

Asimismo, la adjudicataria asumirá la responsabilidad que pudiera derivarse de todo tipo de reclamaciones por toda publicidad contraria a los criterios antes mencionados.

La empresa adjudicataria deberá retirar las campañas publicitarias una vez están finalizadas, no pudiendo mantener o publicitar eventos que no estén en vigor.

Los anuncios publicitarios no podrán utilizar ni el nombre ni logotipo de TUVISA. Tampoco podrán utilizar ni imitar la misma tipografía utilizada por TUVISA o el Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz para sus avisos.

Todos los anuncios cumplirán de forma estricta con las disposiciones que le sean de aplicación en cada momento en materia de accesibilidad de la información, actualmente regulada por la Ley del Gobierno Vasco de 20/1997 para la Promoción de la Accesibilidad y muy especialmente por el artículo 4.12.2 sobre subtitulación, del anejo IV del Decreto 68/2000 sobre accesibilidad en la comunicación.

4. CONTROL DE SEGUIMIENTO COMERCIAL

La empresa adjudicataria tendrá que disponer de un software de gestión de la publicidad que permita realizar a TUVISA un seguimiento de la explotación publicitaria.

Como mínimo deberá cumplirse con los siguientes requerimientos:

a) Disponible en un plazo máximo de 2 meses desde la adjudicación.
b) Accesible para TUVISA tanto a la información económica (facturación por cliente, campaña y soporte) como a los informes (indicadores estadísticos por anunciante, contenido, campaña, soporte, aparcamiento, autobús, cochera y línea, así como generar históricos de cada anunciante y campaña).
c) Tendrá que permitir monitorizar todo el proceso de las campañas publicitarias.

Incluyendo información sobre:

1. Cliente.
2. Campañas por cliente. Fecha de inicio y fin. Número de soportes contratados.
3. Formato utilizado.
4. Fechas de inicio y fin de campaña. Comprobantes fotográficos.
5. Facturación: TUVISA podrá consultar todos los datos asociados a la facturación de cada una de las campañas: tarifa y el descuento aplicado en el coste de exhibición, coste de producción, coste fijación y retirada, y otros gastos asociados.

La aplicación la alojará la empresa adjudicataria y TUVISA tendrá acceso en tiempo real (desktop, acceso web o aplicación móvil) con conexiones con protocolos seguros que garanticen la confidencialidad e integridad de la información.

TUVISA será la propietaria de toda la información generada durante la vigencia del contrato. En el caso de resolución del contrato, finalización del contrato o por petición expresa de TUVISA, la empresa adjudicataria tendrá que traspasar toda la información a TUVISA.

La adjudicataria garantiza y asegura a TUVISA que ostenta todos los derechos de propiedad intelectual, industrial y know how sobre el mencionado software, y que este no vulnera derechos de propiedad intelectual, industrial o know how de terceros.

5.- CONDICIONANTES PARA EL DESARROLLO DEL SERVICIO

La adjudicataria no podrá efectuar reclamación alguna ni solicitar indemnización ni compensación económica ni de ninguna otra clase por las siguientes causas:

Por el tiempo que no pueda hacer publicidad por problemas técnicos, ni por cambios en el número de los soportes publicitarios. Por el cambio, la reducción o la suspensión del servicio o por el cierre del servicio/aparcamiento por causa de una huelga o fuerza mayor. Por la no circulación de los vehículos por causas de revisión, reparación, reorganización o planificación del servicio.

Asimismo, respecto al lote 1, TUVISA pondrá a disposición del contratista los autobuses objeto del presente contrato. La disponibilidad de los autobuses estará sujeta a las tareas de mantenimiento preventivo, correctivo, reparaciones por accidente y cualquier otra reparación necesaria para su óptimo funcionamiento, así como a la I.T.V.

Respecto al lote 2, TUVISA pondrá a disposición del contratista los siguientes espacios:

APARCAMIENTO ARTIUM:

- 1ª planta
- Superficie: 6.800 m2
- Dos accesos principales con ascensor
- 215 plazas
- 63 plazas en alquiler sin asignación de plaza

APARCAMIENTO IRADIER

- 1ª y 2ª planta
- Superficie: 17.200 m2 (8.600 m2/planta)
- 614 plazas
- 1ª Planta: 240 plazas + 58 reservadas al Ayuntamiento
- 2ª Planta: 316 plazas
- 468 plazas en alquiler sin asignación de plaza
- Dos accesos principales con ascensor

5.1 Lugar y horarios de colocación y retirada de publicidad

Respecto al lote 1, la colocación y retirada de la publicidad se realizará siempre en cualquiera de los centros de trabajo de TUVISA, en los espacios disponibles para ello, sin entorpecer las labores del personal de TUVISA.

La colocación y retirada se hará en horario a convenir con TUVISA. En ningún caso se retirarán o cambiarán autobuses durante el servicio para la colocación de publicidad.

Respecto al lote 2, cualquier actuación que la adjudicataria deba realizar para la instalación, mantenimiento y desinstalación de los soportes publicitarios, deberá realizarla garantizando el normal funcionamiento de los aparcamientos y con la aprobación por parte de TUVISA, pudiéndose realizar estas acciones en horarios y/o días en los que estos trabajos no afecten al servicio.

Durante el suministro, instalación o desinstalación de las campañas publicitarias la contratista será responsable de todos los daños y perjuicios directos o indirectos que se puedan ocasionar a cualquier persona, propiedad o servicio público o privado, como consecuencia de los actos, omisiones o negligencias del personal a su cargo, o una deficiente organización de los trabajos. Ej. Inspecciones de ITV no aprobadas.

La adjudicataria deberá avisar a TUVISA con un periodo mínimo de antelación de una semana de la fecha y hora de colocación y retirada de los anuncios. La adjudicataria necesitará permiso expreso para poder acceder a las instalaciones de TUVISA. El personal de colocación deberá presentarse a su llegada a las instalaciones ante el personal de TUVISA y seguir en todo momento sus instrucciones en materia de prevención.

5.2 Asignación de autobuses a líneas (Lote 1)

La asignación de los autobuses a las líneas está subordinada a las necesidades del servicio prestado por TUVISA. Por norma general los autobuses se asignan diariamente según las necesidades.

El contratista no podrá solicitar la asignación de autobuses a una línea concreta, por lo que deberá tener en cuenta la configuración del servicio a la hora de comercializar la publicidad.

6.- EUSKERA

El objetivo en relación con la presencia del euskera en la publicidad exterior de los autobuses es lograr una mayor presencia del euskera. Para lograr este objetivo, el contratista deberá realizar todas las actuaciones posibles tendentes a fomentar el uso del euskera en las diferentes campañas que se contraten, y como mínimo en los siguientes tipos de anunciantes/clientes:

1.- Grandes establecimientos de venta y los proveedores de algunos servicios considerados universales (gas, agua, teléfono, transporte…) a los que se refiere la Ley 4/2023, de 27 de abril, del Estatuto de las personas consumidoras y usuarias.

2.- Proveedores originarios o afincados en el País Vasco con gran arraigo entre los vascoparlantes.

En todo caso, el contratista tiene la obligación de cumplir con la determinación de que la publicidad correspondiente a las Administraciones Públicas y entes dependientes de las mismas deben realizar al menos el 50% de dicha publicidad en euskera.

La empresa adjudicataria deberá facilitar a TUVISA un informe semestral sobre la distribución por idioma de la publicidad en las campañas contratadas, a fin de comprobar la evolución del uso del euskera por parte de los anunciantes.