PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE SECRETARÍA TÉCNICA DE APOYO A LA PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO DE CONTENIDOS COMUNICATIVOS QUE PRECISA LA AGENCIA VASCA DE INTERNACIONALIZACIÓN – BASQUE TRADE AND INVESTMENT, S.A. (Expte. BTI2026003).

1. INTRODUCCIÓN

La Agencia Vasca de Internacionalización – Basque Trade and Investment, S.A. (BasqueTrade) es la entidad encargada del desarrollo de la estrategia de internacionalización empresarial del Gobierno Vasco. Como responsable de ésta, gestiona todos los programas y ayudas a la internacionalización empresarial, presta servicios para la internacionalización a la empresa vasca y dota de información relevante a las compañías a través de su Unidad de Inteligencia Competitiva, bien a través de informes, notas técnicas o cualquier otro tipo de documentación, bien a través de la identificación de oportunidades de negocio. Así mismo, es la responsable de las relaciones comerciales con otras entidades homólogas, nacionales o regionales, así como con las instituciones financieras internacionales y otras asociaciones y organismos de carácter internacional. Igualmente, BasqueTrade es responsable de la gestión de toda la Red Exterior de oficinas que prestan servicio a las empresas en su desarrollo internacional.

Desde su creación en diciembre de 2017, BasqueTrade ha aumentado progresivamente su plantilla hasta alcanzar la cifra actual de 40 trabajadores en plantilla sólo en Euskadi; y esta cifra, previsiblemente, se ampliará aún más en los próximos años. Del mismo modo, la actividad de la organización ha aumentado progresivamente a medida que ha ido desarrollando su catálogo de servicios, que incluye la realización de misiones empresariales a destino, inversas, agendas empresariales, eventos de internacionalización empresarial o webinars, entre otros, los servicios de inteligencia competitiva, que incluyen informes país, informes sectoriales, observatorios, identificación de tendencias internacionales, etc.

La lógica evolución de un organismo como éste, así como el proceso de digitalización acelerada al que se está viendo sometido toda la Administración Pública, ha generado un volumen creciente de proyectos que requieren un desarrollo digital o que, directamente, nacen como proyectos digitales, en un contexto en el que la comunicación vía web o redes sociales conforman el principal medio de difusión de la información y la actividad que BasqueTrade genera. Así mismo, la empresa y el ciudadano demandan cada vez más contenidos de valor y una actualización permanente en la información ofrecida por esos medios, lo que eleva la exigencia de inmediatez y de atención al público vía web.

Fruto de todo ello, BasqueTrade genera hoy en día un volumen de trabajo para el desarrollo de contenidos comunicativos creciente que requiere de una dedicación de horas de trabajo que la actual estructura del organismo no puede asumir. Bajo este contexto, BasqueTrade ha creído conveniente y necesaria la contratación de servicios de profesionales que complementen la actual capacidad del personal de la institución y desarrollen, bajo su coordinación, toda la actividad relacionada con el desarrollo de los contenidos comunicativos de este organismo.

Tanto los licitadores como la futura contratista deben de tener en cuenta la propia estructura de la Agencia por cuanto que, la Agencia Vasca de Internacionalización – Basque Trade and Investment, S.A., forma parte del Grupo SPRI y que la Dirección de Comunicación se encuentra centralizada en SPRI-Agencia de Desarrollo Empresarial que da servicio transversal para todo el grupo, incluyendo las diferentes sociedades y entidades que lo conforman.

2. OBJETO DEL CONTRATO

BasqueTrade precisa contratar los servicios de una empresa o profesional de la comunicación para el diseño, planificación, ejecución y seguimiento de un plan de comunicación integral que dé soporte al responsable del contrato por parte de la Agencia.

Este servicio incluirá, entre otros, la definición estratégica de las necesidades comunicativas y de desarrollo web asociadas a los nuevos proyectos abordados, la generación y gestión de contenidos alineados con los objetivos de la organización, así como la identificación, planificación y coordinación de acciones y canales de comunicación adecuados para cada iniciativa.

Así mismo, la empresa adjudicataria deberá colaborar en la definición de las necesidades relativas a los proyectos con componente comunicativo de BasqueTrade para el ejercicio 2026 y sucesivos en caso de renovación, garantizando la coherencia, consistencia y eficacia del conjunto de las acciones de comunicación.

El objetivo final que se persigue con esta contratación es diseñar e implementar un plan de comunicación integral que permita desarrollar contenidos y acciones comunicativas de calidad, contribuyendo a la consecución de los siguientes objetivos de la organización:

- Incrementar el reconocimiento de BasqueTrade como institución referente de la internacionalización empresarial vasca.
- Reforzar la difusión de la información y la actividad de BasqueTrade, con el objetivo de incrementar el conocimiento y la visibilidad de sus servicios y programas entre el empresariado vasco. La comunicación de los programas se canalizará a través de Grupo SPRI.
- Aumentar la visibilidad de BasqueTrade a través de distintos canales, entre ellos, las redes sociales.

Por otro lado, recientemente se ha integrado dentro de BasqueTrade una nueva área operativa que, hasta la fecha, se ubicaba dentro de SPRI - Agencia Vasca de Desarrollo Empresarial, matriz del Grupo. Este cambio operativo va a requerir, en cuanto al objeto del contrato, de diferentes acciones comunicativas tanto internas como externas a fin de, no sólo darlo a conocer, sino de homogeneizar y adaptar a los estándares de Basquetrade lo que de suyo se ha venido realizando bajo el auspicio de una marca matriz diferente, en este caso, SPRI.

3. ALCANCE Y DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES A DESARROLLAR

El desarrollo de los trabajos se realizará **apoyando al responsable del contrato** de BasqueTrade, **bajo su supervisión** y en completa **coordinación con la Dirección de Comunicación de SPRI**, responsable última de las decisiones relativas a la comunicación de la Agencia.

El alcance de los trabajos es, por tanto y a título ilustrativo y no exclusivo, el siguiente:

3.1 Planificación de la comunicación de BasqueTrade:

- En primer término, la adjudicataria deberá estudiar la comunicación realizada hasta la fecha por BasqueTrade y el Grupo SPRI, su posicionamiento, sus grupos de interés, así como la de otras entidades homólogas tanto estatales como internacionales. Con esta información propondrá y validará al inicio del servicio, junto con BasqueTrade y la Dirección de Comunicación del Grupo SPRI, los objetivos de imagen, línea de comunicación y grupos de interés objetivo de las comunicaciones para cada medio social. Deberá proponer objetivos concretos para cada uno de éstos.
  Este *análisis* (Semana 1) será la guía base en los contenidos y forma de divulgación para todo el periodo de duración del contrato.
- Una vez efectuado este *análisis*, realizará la siguiente actividad (Mes 1):
  - Identificación de las actividades comunicativas de BasqueTrade incluyendo eventos tanto propios (en sede o a través de la Red Exterior de oficinas) como en colaboración con agentes externos (principalmente, Cámaras de Comercio o Clústeres).
  - Propuesta de priorización y calendarización de eventos y actividades en base a criterios comunicativos, así como propuesta de campañas.
  - Definición de necesidades comunicativas para cada una de las actividades identificadas.
  - Planificación de las actividades e identificación y coordinación de proveedores si existiera la necesidad.
- A continuación, el adjudicatario deberá proceder a la elaboración de un Plan Estratégico de Comunicación anual incluyendo:
  - Establecimiento de objetivos estratégicos y KPIs de medición.
  - Mensajes y línea editorial para cada uno de los diferentes públicos objetivo.
  - Establecimiento de temáticas sobre las que tiene que pivotar toda la estrategia de comunicación. Habrá algunas temáticas que se trabajarán a lo largo de todo el año, con impactos mensuales, y otras temáticas que se trabajarán a lo largo de un trimestre**.**

  La versión definitiva del Plan deberá estar presentada a la finalización del primer mes del contrato.

3.2. Desarrollo de las actividades comunicativas de BasqueTrade:

- Generación de contenidos comunicativos para cada actividad identificada y publicación en webs www.spri.eus, en el caso de contenidos del blog (noticias, entrevistas e

informes), www.basquetrade.eus para el resto de contenidos y LinkedIn, así como para otros medios que proponga el responsable y/o el contratista y sean aceptados por aquél.

- Generación de material para dinamizar tanto la web como las redes sociales, diseño de creatividades que incluya: imágenes, banners, fotografías, píldoras, adaptaciones de creatividades, edición de fotos y videos y demás elementos que sean necesarios.
- Desarrollo (diseño y producción) de 3 videos/animaciones promocionales anuales para dotar de contenidos algunas de las secciones de la web que se estimen que necesitan un refuerzo multimedia.
- Supervisión del cumplimiento de la imagen corporativa de la organización en todos los contenidos de difusión, así como la supervisión y/o consulta a Comunicación SPRI de todas las invitaciones, carteles, presentaciones de participaciones de BasqueTrade en eventos terceros en los que se hace uso de la imagen corporativa.
- Diseño y ejecución de 3 campañas online anuales a través de LinkedIn. Incluyendo la propuesta de contenidos, creatividad, diseño, piezas necesarias como infografías o píldoras o cualquier elemento que fuera necesario, así como la gestión y supervisión de la creación del desarrollo de piezas de diseño o audiovisuales.
- Coordinación de lanzamiento de proyectos BasqueTrade presentes y futuros con reuniones internas de definición de contenido, elaboración de hojas de ruta, establecimiento de necesidades comunicativas, subcontratación, reuniones exploratorias con potenciales proveedores.
- Definición de mensajes clave sobre la integración de Investment: notas de prensa, contenidos para redes sociales, mensajes institucionales…

3.3. LinkedIn (y RRSS, en su caso)**:**

Además de las publicaciones y gestión de la cuenta de LinkedIn, se deberán realizar las siguientes tareas:

- Elaboración y mantenimiento de un calendario a dos meses vista con la propuesta de planificación de publicaciones que recoja todo el contenido de dicha publicación, texto, creatividad, etc. La propuesta deberá contemplar diferentes formatos para dotar de dinamismo al servicio.
- Elaboración de los contenidos en euskera, castellano y, en ocasiones, en inglés.
- Informe mensual de seguimiento y propuestas de mejora de LinkedIn.

3.4. Página web (parte pública):

- La adjudicataria tendrá encomendada la labor de asegurar la coherencia estratégica de la web de BasqueTrade con la estrategia de comunicación de la propia Agencia de Internacionalización y la del Grupo SPRI.
- Revisar el contenido web actual y coordinar con las diferentes áreas de la organización los nuevos desarrollos de contenidos todo ello en base a la estrategia de comunicación de la propia Agencia de Internacionalización y la del Grupo SPRI.
- Coordinar el cambio de textos, publicación de noticias, estudios, guías, informes, infografías, banners, videos, fotografías y cualquier otro elemento en cualquiera de las secciones de la web y en los 3 idiomas, euskera, castellano e inglés. Todo ello teniendo en cuenta que los contenidos del blog (noticias, entrevistas e informes) se muestran en

basquetrade a través de la plataforma principal de comunicación del Grupo SPRI, spri.eus, el SEO y la accesibilidad, intentando siempre mejorarlo.

- Integración del área de Investment en el sitio web de BasqueTrade, tras su incorporación a la Agencia.

3.5. Intranet – Portal del Empleado/a:

3.5.1 Estudio de diseño y contenido actual del portal del empleado/a de Basque Trade & Investment y propuestas de mejora.

3.5.2 Actualización de contenidos:

- Publicación y edición de noticias, páginas, eventos y descargables.
- Propuesta y creación de nuevas secciones o ajustes de estructura cuando sea necesario. Apoyo en la actualización del diseño de las páginas existentes o creación de nuevas.
- Subida y gestión de documentos internos.
- Actualización de fotos de usuario y organigrama según corresponda.
- Apoyo en la integración de contenido interno en el calendario.
- Analizar la opción de incorporar una herramienta que permita la actualización de los datos simultánea en los 3 idiomas.

3.5.3 Gestión de la sección ¿Quién es quién?

- Actualización de la sección con las nuevas incorporaciones o bajas que se den en la organización.
- Aportación de mejoras para implantar.

3.5.4 Producción de contenido audiovisual:

- Producción y edición de videos cortos hasta un máximo de 4 al año (3 minutos)
- Producción, edición y creación de pequeñas cápsulas audiovisuales formativas o de contenido interno (menos de 1 minuto), hasta un máximo de 6 al año.

3.5.5 Diseño gráfico:

- Producción y edición de infografías y creatividades para subir a la intranet.

3.6. Secretaría de comunicación en eventos relevantes organizados por BasqueTrade:

Dentro de la actividad habitual de BasqueTrade está la organización de eventos, jornadas, webinars…; alguno de estos eventos, por su relevancia comunicativa, precisarán de la colaboración de la adjudicataria en los términos que, a continuación, se desarrollan atendiendo a su importancia para la Agencia o el Departamento en el que se integra.

3.6.1 Eventos estratégicos.

Con carácter anual, BasqueTrade desarrolla, al menos, un evento de referencia para el panorama industrial y de internacionalización empresarial de Euskadi. Así, a título ilustrativo, en años anteriores se ha organizado Intergune o Mundura Begira.

En este tipo de eventos, por su envergadura e importancia para la Agencia, será necesario que la contratista desarrolle una labor de secretaría técnica para la realización de:

- Colaboración y asesoramiento al responsable de BasqueTrade que al efecto se nombre en el diseño y la producción del evento realizando, si fuera necesario, las labores de secretaría técnica del mismo.
- Elaboración de Plan de Comunicación.
- Desarrollo de todo el contenido comunicativo del evento.
- Desarrollo de toda la parte audiovisual y branding.
- Desarrollo de *landing pages*, si se considerara necesario.
- Asistencia en reuniones de seguimiento semanales en los meses previos a su celebración.
- Coordinación con la Dirección de Comunicación del Grupo SPRI.

Se llevarán a cabo un máximo de 3 eventos anuales de este tipo.

3.6.2 Eventos prioritarios.

Integran esta categoría toda una serie de eventos relevantes (sin llegar a considerarse estratégicos) que organiza habitualmente BasqueTrade por sí o en colaboración con otras entidades u organismos. Este tipo de eventos cuentan, generalmente, con alta presencia institucional y/o empresarial, tanto nacional como extranjera, pero su impacto comunicativo es más reducido o está más sectorizado que en los anteriores.

Alguno de estos eventos relevantes que organiza la Agencia a lo largo año, por su relevancia o impacto, van a requerir de un tratamiento específico por lo que van a requerir de la contratista el desarrollo de actuaciones de:

- Secretaría, diseño y producción del evento (de principio a fin).
- Propuesta de material y contenido audiovisual, merchandising.
- Propuesta y desarrollo del contenido comunicativo del evento.
- Coordinación con la Dirección de Comunicación del Grupo SPRI, el/la responsable del contrato y el/la responsable del evento.

Estos servicios serán requeridos para un máximo de **10 eventos** a lo largo de un año.

3.7. Desarrollo de la imagen de Basque Trade.

- Revisión del actual manual de identidad corporativa de Basque Trade y su convivencia con otras iniciativas de Gobierno (Euskadi Globala).
- Incorporación del claim #EuskadiBerria en los distintos soportes de comunicación del proyecto, tales como campañas publicitarias, sitio web, folletos informativos y demás materiales promocionales o de difusión que se desarrollen en el marco de la actuación.
- Revisión y actualización de todos los elementos de uso corporativo (firmas, fondos de pantalla para reuniones, plantillas de Word, invitaciones, uso de imagen en ferias y

stands siguiendo las pautas que se definan desde la estrategia de comunicación del Gobierno Vasco).

- Diseño y propuesta de nuevos materiales de branding para la agencia (merchandising, regalos institucionales, folletos para ferias, etc) tanto para la parte de Trade como para la de Investment.
- Diseño y desarrollo de un documento power point que sirva como plantilla para toda la organización.
- Diseño y maquetación de presentaciones power point específicas para diferentes eventos, jornadas, etc.
- Adaptación del mensaje estratégico y storytelling de la organización.

4 OPERATIVA DE TRABAJO Y METODOLOGÍA

La adjudicataria de este contrato habrá de adscribir al servicio un equipo de trabajo adecuado que dé soporte a las siguientes actividades que constituyen la operativa de trabajo sobre la que se estructura el servicio:

- Atención a las necesidades del servicio acorde a la jornada laboral de BasqueTrade, es decir, de lunes a viernes de 8.30 a 18.00.
  No se pedirán acciones que requieran de atención o presencia fuera de esa jornada salvo en la cobertura de eventos organizados por BasqueTrade tanto online como eventos físicos si se programasen en un horario diferente.
- El contenido a publicar, excepto los grandes eventos descritos en el punto 3.6, deberá entregarse en un plazo máximo de 24 horas desde el envío de la información, en euskera y castellano.
- Con motivo de la cobertura de eventos estratégicos organizados por la Agencia se requerirá la presencia del adjudicatario en el lugar en el que éste se esté llevando a cabo (estos eventos tendrán lugar siempre dentro del País Vasco). De igual modo, podrá requerirse la presencia del adjudicatario en alguno de los eventos prioritarios.
  Todos los costes asociados a los desplazamientos que puedan tener lugar durante la ejecución del presente contrato correrán por cuenta de la empresa adjudicataria, quien deberá considerarlo a los efectos de incluirlos en la propuesta económica y sin que se permita su repercusión futura durante la ejecución del contrato.
- Con periodicidad trimestral se elaborará un informe de seguimiento de la prestación del servicio en el que se recoja la actividad realizada y el impacto de esta, los indicadores de la página web (incluyendo SEO y accesibilidad) y de las redes sociales.
- La operativa asociada podría evolucionar, por lo que la manera de trabajar al inicio del contrato podrá ser modificada a lo largo de la vigencia del contrato con el objetivo de que el servicio se preste con mayor calidad, sin que ello suponga propiamente una modificación del contrato.
- Los licitadores deberán proponer de manera clara la metodología a seguir durante el desarrollo del proyecto, cumpliendo los objetivos fijados en el presente Pliego de Prescripciones Técnicas.

5 PLAZOS DE EJECUCIÓN

Los licitadores habrán de presentar en su oferta técnica un plan de trabajo, al que incorporarán un cronograma con todas las tareas que pretenden realizar para la consecución de los objetivos perseguidos con el presente contrato y en el que se habrán de incluir todos los servicios definidos en el apartado 3 de este pliego.

6 EQUIPO DE TRABAJO

El equipo de trabajo asignado al proyecto deberá ajustarse a las necesidades del servicio, asignando los recursos adecuados para la realización de cada tarea. Los miembros del equipo deberán acreditar cualificación, formación y experiencia necesaria para el desarrollo del proyecto.

Como mínimo, el adjudicatario deberá adscribir al contrato una persona con un perfil que acredite, al menos, siguiente cualificación:

- Al menos ocho años de experiencia preferiblemente en la comunicación institucional, con especial relevancia la relacionada con instituciones homólogas u organizaciones, clústeres o asociaciones cuyo objeto de su comunicación sea la empresa.
- Experiencia en la conceptualización y gestión del desarrollo de webs corporativas.
- Experiencia en el desarrollo de planes de comunicación.
- Experiencia en la gestión de LinkedIn o redes sociales corporativas institucionales.

Así mismo, el perfil presentado deberá de ejercer como director/responsable del contrato por parte del adjudicatario, ser la persona interlocutora con el responsable del contrato de BasqueTrade y quien se encargue de todas las comunicaciones con BasqueTrade, así como estar presente el día requerido para realizar las labores de coordinación descritas en el punto 3.

Igualmente, la empresa adjudicataria deberá de garantizar la capacidad para poder desarrollar los contenidos de las comunicaciones en castellano, euskera e inglés, para lo que deberá de presentar:

- Los perfiles necesarios que garanticen la competencia en euskera e inglés y en qué grado, justificándolo con la documentación acreditativa pertinente.

Los trabajos desarrollados serán supervisados directamente por el responsable del contrato por parte de BasqueTrade.

7 ENTREGABLES

Además del plan de trabajo que habrán de entregar junto con su oferta y de los documentos clave identificados en el apartado 3 de este Pliego, la adjudicataria deberá realizar, como mínimo, los siguientes entregables:

- Informe mensual de cumplimiento de KPIs.
- Informe trimestral de indicadores de la web y propuesta de mejora.
- Informe semestral de propuesta de mejora de contenidos web y para las RR.SS.

8 CONTROL Y SEGUIMIENTO

Por parte de BasqueTrade se nombrará un responsable del contrato, que será la persona en cargada del cumplimiento de los alcances descritos en el presente pliego, siendo sus directrices de obligado cumplimiento por el adjudicatario.

9 PRESTACIÓN DEL SERVICIO

Los trabajos se realizarán en las dependencias del adjudicatario, excepto las reuniones de seguimiento periódicas que se soliciten u otras tareas puntuales, principalmente relacionadas con los eventos, que precisarán del desplazamiento de alguno de los componentes de los equipos a las oficinas de BasqueTrade o al lugar en que se desarrollen éstos. El resto de comunicaciones se realizarían, preferentemente, por vías telemáticas. En todo caso, la decisión de realizar las labores de forma presencial corresponderá a la entidad contratante.

La empresa adjudicataria aportará los recursos humanos y materiales necesarios para la realización de las actividades previstas y se responsabilizará de la correcta realización de las mismas. Este personal dependerá exclusivamente de la adjudicataria, debiendo ésta última cumplir las obligaciones vigentes en materia laboral y de Seguridad Social, de prevención de riesgos laborales, así como tributarias del personal a su cargo.

La entidad contratante en modo alguno ni bajo ningún título ostentará la condición de empleador respecto del personal adscrito al contrato que preste directa o indirectamente los servicios, ya por cuenta propia o ajena del adjudicatario.

La empresa adjudicataria proveerá a su personal de las herramientas necesarias para el desempeño de sus funciones.

Todos los gastos necesarios para la prestación del servicio se encuentran comprendidos en los precios ofertados (i.e. no se imputarán separadamente gastos derivados de los desplazamientos a las oficinas centrales de la entidad contratante en Bilbao, costes de transporte, tiempo invertido en el desplazamiento, etc.).

La adjudicataria tendrá la obligación de poner a disposición de la entidad contratante toda la documentación que le sea requerida cuya elaboración haya sido necesaria o meramente conveniente para la correcta prestación de servicios.

10 PROPIEDAD INTELECTUAL DE LOS TRABAJOS

La formalización del contrato por la empresa adjudicataria llevará en todo caso aparejada la cesión por su parte, en exclusiva y de forma gratuita, de todos los derechos de propiedad intelectual que, en su caso, pudiera tener sobre los productos generados y componentes que lo integran o hayan sido utilizados en él a favor de BasqueTrade.

11 CLÁUSULA DE IGUALDAD

Las empresas licitadoras, en la elaboración y presentación de sus respectivas propuestas deberán hacer un uso no sexista del lenguaje. Asimismo, la empresa adjudicataria, a lo largo de la vigencia del contrato, deberá hacer un uso no sexista del lenguaje en cualquier documento definitivo escrito o digital, así como, deberá desagregar los datos por sexo en cualquier estadística referida a personas que se genere, todo ello al amparo del artículo 3 del Decreto legislativo 1/2023, de 16 de marzo, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley para la Igualdad de Mujeres y Hombres y Vidas Libres de Violencia Machista contra las Mujeres en el que se señalan los principios generales que deberán respetarse.

12 ACLARACIONES TÉCNICAS

Para cualquier consulta o aclaración, BasqueTrade pone a disposición de las empresas ofertantes el siguiente contacto: kontratazioa@basquetrade.eus
La información adicional o dudas sobre los pliegos o sobre la documentación complementaria que, en su caso, soliciten los licitadores será facilitada con sujeción los plazos previstos en el PCAP.

16051414J NAGORE BONILLA (R: A95903027)

Firmado digitalmente por 16051414J NAGORE BONILLA (R: A95903027)
Fecha: 2026.03.24 18:47:54 +01'00'