

Baldintza teknikoen orria
Pliego de prescripciones técnicas particulares

DOSIER ZK. - Nº EXPEDIENTE:

2026/CO_ASER/0100

PLIEGO DE CLÁUSULAS TÉCNICAS PARTICULARES DEL AYUNTAMIENTO DE VITORIA-GASTEIZ PARA LA CONTRATACIÓN MEDIANTE PROCEDIMIENTO Abierto

Expediente : 2026/CO_ASER/0100

Título : Campaña de sensibilización para promocionar el consumo local y de proximidad en Vitoria-Gasteiz

Departamento : EKONOMIA,SUSTAPENA,ENPLEGUA,MERKATARITZA ETA TURISMOA
PROMOCIÓN ECONÓMICA, EMPLEO, COMERCIO Y TURISMO

Código CPV : 79340000 - Servicios de publicidad y de marketing
79822500 - Servicios de diseño gráfico
79952000 - Servicios de eventos

1.- DEPARTAMENTO QUE INICIA LA CONTRATACIÓN

Departamento de Promoción Económica, Empleo, Comercio y Turismo del Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz.

2.- OBJETO DEL CONTRATO

El presente contrato tiene como objeto la creación y puesta en marcha de **una campaña de sensibilización para promocionar el consumo local y de proximidad** en Vitoria-Gasteiz, especialmente **entre el colectivo de personas jóvenes (hasta 35 años) y el de familias con hijos e hijas menores de edad**. La campaña de sensibilización se estructurará en una campaña de comunicación y una campaña de dinamización comercial.

La empresa adjudicataria deberá desarrollar:

- El planteamiento estratégico de la campaña y la propuesta de las acciones a realizar, estableciendo la planificación temporal, la ubicación y el alcance de cada acción.
- La puesta en marcha, contratación, gestión y ejecución de las acciones propuestas.
- El diseño del plan de comunicación (medios, rrss, acciones de marketing,...) para sensibilizar a los públicos objetivo de la importancia del consumo local así como para difundir las acciones de dinamización, en el marco de la identidad visual ya creada para este ámbito.
- El diseño y producción de las piezas de comunicación necesarias para las acciones propuestas y su difusión.
- La memoria de las acciones realizadas y su valoración.

Los planes de comunicación y dinamización comercial deben enfocarse a los target prioritarios y contemplarán acciones específicas para cada uno de ellos.

3.- OBJETIVOS DEL CONTRATO

Los objetivos generales de la campaña de sensibilización a través de una campaña de comunicación y dinamización comercial son:

- Sensibilizar acerca de la importancia del consumo local, mediante la puesta en valor del comercio de proximidad.

Egiazatzeko kode seguruak (EKS) agiri elektroniko honen kopia baten osotasuna egiaztatzea ahalbidetzen du, helbide honetan: <https://sedeelectronica.vitoria-gasteiz.org/verifirmav2/>

El código de verificación (CSV) permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: <https://sedeelectronica.vitoria-gasteiz.org/verifirmav2/>

Agiri honek sinadura elektronikoa darama, konfiantzazko zerbitzu elektronikoaren alderdi jakin batzuk arautzen dituen azaroaren 11ko 6/2020 Legearen arabera.

Este documento incorpora firma electrónica de acuerdo a la Ley 6/2020, de 11 de noviembre, reguladora de determinados aspectos de los servicios electrónicos de confianza.

Sinatzailearen izena Firmado por	EVA MARIA MESANZA LEGARDA (Jefatura de Servicio de Proyectos de Promoción Económica, Empleo, Comercio y Turismo)		
EKS (Egiazatzeko Kode Segurua) CSV (Código Seguro de Verificación)	O5PMT5QPNIUIMUVLHPNYQQ7TJQ	Data eta Ordua Fecha y Hora	27/07/2026 13:26:58
Zerbitzaria Servidor	Ayuntamiento de Vitoria-Gasteizko Udala	Orrialdea Página	1/5



05PMT5QPNIUIMUVLHPNYQQ7TJQ

Baldintza teknikoen orria

Pliego de prescripciones técnicas particulares

- Promocionar y aumentar la visibilidad de la oferta comercial de la ciudad principalmente entre dos públicos objetivo: la población joven (hasta 35 años) y las familias con hijos e hijas menores.
- Incentivar hábitos de consumo sostenibles y responsables entre los públicos objetivo, poniendo de manifiesto cómo repercuten las decisiones de compra de cada persona en el entorno de la ciudad.

Por lo que se establece que la campaña deberá:

- Promover el consumo local mediante la difusión de argumentos que pongan en valor el acto de compra local y la contribución del comercio de proximidad a la mejora de la economía local.
- Resaltar la vinculación del consumo local con aspectos como el compromiso con la comunidad, la sostenibilidad y la economía circular.
- Poner de manifiesto las ventajas de consumir en el comercio local respecto a otro tipo de canales, ventajas tales como el asesoramiento y la atención personalizada, la experiencia de compra, el conocimiento del producto, la confianza y/o la cercanía, etc.
- Dar visibilidad y resaltar los valores que aporta el comercio local a la ciudad. Entre otros:
 - favorecer la cohesión social y la convivencia,
 - contribuir a la vitalidad de las calles y los barrios y a su seguridad,
 - generar interacción social y aportar actividad en el espacio público,
 - contribuir a la economía local al ser una fuente de creación y mantenimiento del empleo, así como de generación de riqueza para el territorio.

4.- PRESUPUESTO DEL CONTRATO

El presupuesto del contrato se cifra en un importe máximo de 51.000,00 € (IVA incluido) mejorable a la baja por las empresas licitadoras.

LIZITAZIO-MOTA- TIPO DE LICITACIÓN:	42.148,76 €
BEZ-IVA:	8.851,24 € (21%)
GUZTIZKO AURREKONTUA- PRESUPUESTO TOTAL:	51.000,00 €

5.- TRABAJOS A REALIZAR POR LA EMPRESA

La campaña de sensibilización está compuesta por una campaña de comunicación y otra de dinamización comercial. La empresa adjudicataria deberá llevar a cabo:

- El planteamiento estratégico de la campaña y el diseño del plan de dinamización comercial: la propuesta de las acciones a realizar y su descripción, estableciendo el planning temporal, la ubicación y el alcance de cada acción.
 - El diseño del plan de medios (medios, rrss, acciones de marketing...) y el diseño y producción de las piezas de comunicación necesarias para las acciones propuestas y su difusión: diseño, redacción, fotografía, grabación, doblaje, traducción, o cualquier otro trabajo necesario para llevar a cabo las acciones propuestas.
- El punto de partida de la campaña de comunicación es una identidad visual ya creada para el ámbito de promoción del consumo local, cuyo lema es "Haz clic y compra aquí" Ver Anexo I – Manual de identidad visual de la marca de "Haz clic y compra aquí".
- La puesta en marcha, gestión y ejecución de las acciones de dinamización propuestas. Incluirá un reportaje fotográfico o vídeo del desarrollo de las mismas, para la posible generación de noticias y como memoria del trabajo realizado.
 - La memoria de las acciones realizadas y su valoración.

6.- ASPECTOS A TENER EN CUENTA PARA DESARROLLAR LA CAMPAÑA

6.1.- Segmentación

La campaña estará dirigida a la ciudadanía de Vitoria-Gasteiz, estableciéndose dos colectivos prioritarios:

- La población joven (menores de 35 años).
- Las familias con hijos/hijas menores.

La elección de estos dos colectivos se fundamenta por:

Egiazatzeko kode seguruak (EKS) agiri elektroniko honen kopia baten osotasuna egiaztatzea ahalbidetzen du, helbide honetan: https://sedeelectronica.vitoria-gasteiz.org/verifirmav2/ <i>El código de verificación (CSV) permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://sedeelectronica.vitoria-gasteiz.org/verifirmav2/</i> Agiri honek sinadura elektronikoa darama, konfiantzazko zerbitzu elektronikoan alderdi jakin batzuk arautzen dituen azaroaren 11ko 6/2020 Legearen arabera. <i>Este documento incorpora firma electrónica de acuerdo a la Ley 6/2020, de 11 de noviembre, reguladora de determinados aspectos de los servicios electrónicos de confianza.</i>			
Sinatzailearen izena <i>Firmado por</i>	EVA MARIA MESANZA LEGARDA (Jefatura de Servicio de Proyectos de Promoción Económica, Empleo, Comercio y Turismo)		
EKS (Egiazatzeko Kode Seguru) <i>CSV (Código Seguro de Verificación)</i>	O5PMT5QPNIUIMUVLHPNYQQ7TJQ	Data eta Ordua <i>Fecha y Hora</i>	27/07/2026 13:26:58
Zerbitzaria <i>Servidor</i>	Ayuntamiento de Vitoria-Gasteizko Udala	Orrialdea <i>Página</i>	2/5



05PMT5QPNIUIMUVLHPNYQQ7TJQ

Baldintza teknikoek orria

Pliego de prescripciones técnicas particulares

- Ser los grupos de población más familiarizados con el consumo a través de páginas y plataformas online y que sienten un menor apego por el comercio local.
- Se trata de los y las consumidores del futuro, por lo que cobra una vital importancia su sensibilización hacia el consumo local y el conocimiento de la oferta comercial de la ciudad.

6.2.- Estrategia

Las características de cada target y su afinidad a diferentes canales serán fundamentales a la hora de plantear las acciones del Plan de Comunicación y Dinamización.

Se buscan propuestas que creen notoriedad y diferenciación: originalidad de las piezas creativas e innovación manifiesta en las acciones propuestas.

El planteamiento de la campaña de dinamización comercial se debe orientar a acciones directas que impliquen de forma activa a las familias con menores y a los y las jóvenes. Asimismo, se buscará que las acciones generen un impacto real positivo en los comercios y que promuevan la interacción tanto de los comercios locales con las personas participantes en las acciones como de los comercios entre sí.

Además, las acciones de dinamización comercial propuestas deben involucrar, mediante la participación en ellas, al mayor número de personas posible. De la misma manera, deberán tratar de contar con el mayor número de comercios participantes posible, prestando atención, entre otros factores, a la creciente multiculturalidad en la gerencia de los comercios de la ciudad.

Se tratará de involucrar a colectivos ciudadanos, agentes culturales, deportivos, etc. para que en el desarrollo de su actividad incluyan la promoción del consumo local, se hagan prescriptores de esta campaña y/o participen de alguna manera en las acciones de dinamización comercial propuestas.

Se valorará la puesta en marcha de algún tipo de iniciativa que promueva sensibilizar a la población joven involucrando a la comunidad educativa.

Se desestima el desarrollo de cualquier tipo de App como elemento central de las acciones de campaña, fomentando el uso de las páginas y rrrs municipales.

6.3.- Campaña de sensibilización

La campaña de sensibilización está compuesta por una campaña de comunicación y otra de dinamización comercial y deberá contemplar en buena medida, acciones innovadoras, que aporten notoriedad y diferenciación.

El Departamento contratante podrá realizar las variaciones en forma, fecha, frecuencia, canal o medio que fuesen necesarias, e incluso proponer nuevas acciones o desestimar alguna de las previstas, siempre dentro de las condiciones del contrato.

El Departamento reservará los soportes de difusión municipal (web, oppis, pantallas digitales, pantallas centros cívicos, pantallas de autobús urbano) para poner a disposición de la campaña y reforzar las acciones propuestas.

6.4.- Creatividades y piezas de la campaña

La empresa adjudicataria será la encargada de diseñar los elementos creativos basados en la marca ya creada y de realizar los originales y las adaptaciones necesarias para las acciones propuestas.

Se contempla también la creación de materiales específicos para anunciar, señalar o acompañar las acciones de dinamización comercial planteadas, así como la creación de piezas de comunicación para los soportes municipales habituales: oppis, mupis, banner.

A la hora de elaborar las creatividades hay que tener en cuenta que:

- La campaña se va a desarrollar en 2 idiomas: castellano y euskera.
- Los artes finales de las piezas de la campaña se entregarán en formatos originales o editables para poder realizar las adaptaciones que fueran necesarias. El Departamento contratante tendrá potestad para realizar nuevas piezas y adaptaciones durante el periodo de vigencia de la campaña.
- Los mensajes deberán garantizar el tratamiento igualitario de ambos sexos, aplicándose el principio de igualdad e integración en todos los elementos de comunicación (fotografías, videos, audios y textos)
- La marca Ciudad Vitoria-Gasteiz! Green Capital estará presente en todas las piezas de comunicación de manera destacada. Se deberán tener en cuenta las normas de Identidad Corporativa municipal: Marca Institucional y aquellas certificaciones en materia de sostenibilidad, educación, derechos humanos, calidad, convenios y patrocinios del Ayuntamiento que hubiera que tener en cuenta.

6.5.- Acciones de dinamización comercial

Egiaztezeko kode seguruak (EKS) agiri elektroniko honen kopia baten osotasuna egiaztezea ahalbidetzen du, helbide honetan: <https://sedeelectronica.vitoria-gasteiz.org/verifirmav2/>

El código de verificación (CSV) permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: <https://sedeelectronica.vitoria-gasteiz.org/verifirmav2/>

Agiri honek sinadura elektronikoa darama, konfiantzazko zerbitzu elektronikoek alderdi jakin batzuk arautzen dituen azaroaren 11ko 6/2020 Legearen arabera. Este documento incorpora firma electrónica de acuerdo a la Ley 6/2020, de 11 de noviembre, reguladora de determinados aspectos de los servicios electrónicos de confianza.

Sinatzailearen izena Firmado por	EVA MARIA MESANZA LEGARDA (Jefatura de Servicio de Proyectos de Promoción Económica, Empleo, Comercio y Turismo)		
EKS (Egiaztezeko Kode Segurua) CSV (Código Seguro de Verificación)	O5PMT5QPNIUIMUVLHPNYQQ7TJQ	Data eta Ordua Fecha y Hora	27/07/2026 13:26:58
Zerbitzaria Servidor	Ayuntamiento de Vitoria-Gasteizko Udala	Orrialdea Página	3/5



O5PMT5QPNIUIMUVLHPNYQQ7TJQ

Baldintza teknikoek orria

Pliego de prescripciones técnicas particulares

La campaña contemplará tres acciones de dinamización comercial dirigidas principalmente a los dos grupos definidos como prioritarios. Se desea otorgar a las acciones de dinamización comercial el papel protagonista de esta campaña.

Se trata de plantear acciones no convencionales, que propicien un acercamiento de las familias con niños y niñas y de los y las jóvenes al comercio local y favorezcan la interacción con ellos.

Deberán ser acciones que aporten notoriedad y diferenciación y que pongan de manifiesto las implicaciones positivas que tiene el consumo en el comercio de proximidad para la ciudad.

Se buscan acciones de carácter innovador, que atraigan la participación de los públicos prioritarios y propicien la generación de un vínculo emocional con el comercio de proximidad de la ciudad.

6.6.- Periodo de vigencia y ámbito de actuación

Aunque en el presente contrato la preparación, el desarrollo y la ejecución de la campaña se plantea con una duración máxima de 4 meses, el periodo de vigencia de la campaña, a efectos de su difusión, será como mínimo de 3 años desde la presentación pública de la misma.

El Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz podrá utilizar los elementos y piezas de comunicación de la campaña para realizar las adaptaciones, actualizaciones y difusiones que considere convenientes durante el periodo de vigencia. Asimismo podrá volver a poner en marcha, o ampliar las acciones de sensibilización propuestas durante el periodo de vigencia.

El ámbito de actuación es la ciudad de Vitoria-Gasteiz.

6.7.- Derechos de explotación y exclusividad

El Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz tendrá la cesión, en exclusiva, de los derechos de explotación (reproducción, distribución, comunicación pública y transformación) del material elaborado por la empresa durante la ejecución del contrato y durante el periodo de vigencia de la campaña, en orden a su difusión, exhibición o cualquier otra forma de divulgación.

Los gastos derivados de derechos de autor por el material creativo y cualquier otro derivado del desarrollo de la campaña, si los hubiera, serán a cuenta de la empresa adjudicataria, responsable ante cualquier posible acción o recurso y quien deberá asumir la defensa, pago o indemnización a que pudiera dar lugar.

7.- CONDICIONES DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO

La empresa adjudicataria deberá trabajar en coordinación con el Equipo Técnico designado por el Departamento de Promoción Económica, Empleo, Comercio y Turismo durante la ejecución del contrato.

Para ello, presentará en la documentación técnica a la persona que figurará como "Coordinador/a del servicio", que será la responsable de asegurar el correcto desarrollo del trabajo, asistirá a las reuniones periódicas de coordinación con el equipo técnico municipal, y será la encargada de presentar:

- El Plan de Trabajo calendarizado para el desarrollo de la campaña con la previsión de las actuaciones a ejecutar.
- La memoria final de la campaña, que incluya el informe de las actividades realizadas y los resultados obtenidos, así como la valoración y las propuestas de mejora. Esta memoria deberá ser aprobada por el Equipo Técnico designado, antes de presentar la factura de cierre.

La empresa adjudicataria será la responsable de la calidad técnica de los trabajos y servicios realizados.

Corresponde al Equipo Técnico designado la total supervisión de los trabajos de la adjudicataria, pudiendo contactar en cualquier momento con el/la coordinador/a nombrado/a al efecto, con el fin de recabar información sobre la marcha general de los diferentes trabajos asociados al contrato.

El proyecto de trabajo presentado por la empresa podrá estar sometido a variaciones y adaptaciones para garantizar la total adecuación del mismo a los objetivos del proyecto, siempre que sean acordadas por ambas partes y no afecten al importe de la adjudicación.

Se **evaluará el desempeño** de los proveedores en función del cumplimiento de plazos y de la correcta ejecución de los trabajos según contrato suscrito. Esta evaluación, en fase de ejecución de la prestación, se realizará fundamentalmente con arreglo a los siguientes criterios:

- en función del cumplimiento de los plazos de ejecución de contrato (demora en la ejecución).
- en función del cumplimiento de la prestación del contrato (correcta ejecución de la prestación, incumplimiento parcial o cumplimiento defectuoso).
- en función del cumplimiento de los compromisos y condiciones especiales de ejecución (de carácter social, ético, de innovación, medioambiental, en materia de protección de datos, confidencialidad, o de otro orden), o obligaciones de carácter esencial recogidas en los pliegos.

Egiaztatzeko kode seguruak (EKS) agiri elektroniko honen kopia baten osotasuna egiaztatzea ahalbidetzen du, helbide honetan: <https://sedeelectronica.vitoria-gasteiz.org/verifirmav2/>

El código de verificación (CSV) permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: <https://sedeelectronica.vitoria-gasteiz.org/verifirmav2/>

Agiri honek sinadura elektronikoa darama, konfiantzazko zerbitzu elektronikoek alderdi jakin batzuk arautzen dituen azaroaren 11ko 6/2020 Legearen arabera.

Este documento incorpora firma electrónica de acuerdo a la Ley 6/2020, de 11 de noviembre, reguladora de determinados aspectos de los servicios electrónicos de confianza.

Sinatzailearen izena Firmado por	EVA MARIA MESANZA LEGARDA (Jefatura de Servicio de Proyectos de Promoción Económica, Empleo, Comercio y Turismo)		
EKS (Egiaztatzeko Kode Segurua) CSV (Código Seguro de Verificación)	O5PMT5QPNIUIMUVLHPNYQQ7TJQ	Data eta Ordua Fecha y Hora	27/07/2026 13:26:58
Zerbitzaria Servidor	Ayuntamiento de Vitoria-Gasteizko Udala	Orrialdea Página	4/5



O5PMT5QPNIUIMUVLHPNYQQ7TJQ

Baldintza teknikoen orria
Pliego de prescripciones técnicas particulares

8.- CONTENIDO DE LA PROPUESTA A PRESENTAR POR LAS EMPRESAS LICITANTES

La empresa licitadora presentará una propuesta que incluirá, al menos:

- Exposición de la estrategia y enfoque de la campaña.
- Planteamiento de las acciones de dinamización comercial a implementar: la empresa presentará 3 acciones de dinamización ejecutables dentro del presupuesto, así como una acción adicional, que actuará como reserva de las anteriores.
- Planteamiento de las acciones de comunicación.
- Cronograma de todos los trabajos incluidos en este pliego

La documentación deberá presentarse impresa en papel y en formato digital.

Extensión máxima de la propuesta: 30 páginas con interlineado sencillo a tamaño Arial 10 o similar.

Egiaztezeko kode seguruak (EKS) agiri elektroniko honen kopia baten osotasuna egiaztezea ahalbidetzen du, helbide honetan: <https://sedeelectronica.vitoria-gasteiz.org/verifirmav2/>

El código de verificación (CSV) permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: <https://sedeelectronica.vitoria-gasteiz.org/verifirmav2/>

Agiri honek sinadura elektronikoa darama, konfiantzazko zerbitzu elektronikoaren alderdi jakin batzuk arautzen dituen azaroaren 11ko 6/2020 Legearen arabera.

Este documento incorpora firma electrónica de acuerdo a la Ley 6/2020, de 11 de noviembre, reguladora de determinados aspectos de los servicios electrónicos de confianza.

Sinatzailearen izena Firmado por	EVA MARIA MESANZA LEGARDA (Jefatura de Servicio de Proyectos de Promoción Económica, Empleo, Comercio y Turismo)		
EKS (Egiaztezeko Kode Segurua) CSV (Código Seguro de Verificación)	O5PMT5QPNIUIMUVLHPNYQQ7TJQ	Data eta Ordua Fecha y Hora	27/07/2026 13:26:58
Zerbitzaria Servidor	Ayuntamiento de Vitoria-Gasteizko Udala	Orrialdea Página	5/5



O5PMT5QPNIUIMUVLHPNYQQ7TJQ