

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS

Pliego de prescripciones técnicas para la adjudicación del proyecto de diagnóstico y plan de acción para la reputación corporativa de Ihobe Nº DE EXPEDIENTE: 1935

ANTECEDENTES

En el actual contexto de transición energética y climática, marcado por la urgencia climática, la pérdida de biodiversidad y la necesidad de avanzar hacia un modelo económico y social más sostenible, las políticas públicas ambientales adquieren un papel central como motor de cambio y como elemento vertebrador. En este escenario, la confianza, la credibilidad y el reconocimiento social de las instituciones que impulsan dichas políticas se configuran como activos estratégicos imprescindibles para garantizar su eficacia y legitimidad.

Ihobe, Sociedad Pública de Gestión Ambiental del Gobierno Vasco, desempeña desde hace décadas un papel clave en el diseño, desarrollo e implementación de las políticas ambientales de Euskadi, actuando como instrumento técnico y operativo al servicio del Departamento competente en materia de medio ambiente. Su actividad se orienta a acompañar a las administraciones públicas locales, al tejido empresarial y a la ciudadanía en la integración de la sostenibilidad en la toma de decisiones, promoviendo la acción climática, la economía circular, la descarbonización, la gestión de residuos, la protección del suelo y la mejora continua del desempeño ambiental del territorio.

La complejidad de los retos ambientales actuales y la creciente diversidad de públicos con los que Ihobe se relaciona —administraciones públicas, empresas, agentes económicos y sociales, comunidad científica, medios de comunicación y ciudadanía— hacen necesario reforzar los mecanismos de escucha activa, evaluación y mejora de la relación de la organización con sus grupos de interés. En este marco, la reputación corporativa se entiende como un intangible estratégico, construido a partir del reconocimiento informado y crítico que dichos públicos realizan sobre el comportamiento, la capacidad técnica, la coherencia, la transparencia y la aportación de valor público de Ihobe.

La gestión de la reputación no se limita a la proyección de una imagen externa, sino que constituye una herramienta de gobernanza que permite incorporar de forma sistemática la percepción social en los procesos de planificación, comunicación y toma de decisiones. Conocer cómo es percibida Ihobe, identificar fortalezas y áreas de mejora, y comprender las expectativas de sus diferentes públicos resulta fundamental para reforzar su papel como agente de referencia en la acción ambiental del Gobierno Vasco y para maximizar el impacto de las políticas públicas que impulsa.

En este sentido, Ihobe considera prioritario disponer de un estudio riguroso y estructurado de su reputación corporativa entre sus principales grupos de interés, que permita obtener un diagnóstico integral y actualizado de su posicionamiento reputacional. Dicho estudio deberá aportar una base objetiva de conocimiento que facilite la definición de líneas de actuación orientadas a fortalecer la confianza, la legitimidad institucional y la eficacia de su labor como sociedad pública.

El presente pliego de prescripciones técnicas se enmarca, por tanto, en la voluntad de Ihobe de avanzar hacia una gestión cada vez más abierta, transparente y orientada a resultados, incorporando de manera sistemática la evaluación reputacional como elemento de apoyo a la mejora continua de sus políticas, servicios y relaciones con la sociedad. El trabajo a desarrollar deberá tener en cuenta el carácter público de la entidad, su misión ambiental, su alineación con las estrategias y planes del Gobierno Vasco, y la especificidad del contexto social, económico y cultural de Euskadi.

En coherencia con lo anterior, y con el fin de avanzar hacia una gestión cada vez más estratégica, transparente y orientada a resultados, Ihobe considera necesario impulsar un estudio específico que permita conocer, analizar y evaluar de manera sistemática su reputación corporativa entre sus principales públicos de interés, así como un plan de acción a corto y medio plazo con medidas concretas que incorpore en dicho conocimiento como un elemento estructural de apoyo a la toma de decisiones y a la mejora de sus políticas, servicios y procesos de comunicación.

OBJETO DEL TRABAJO

El objeto del presente pliego de prescripciones técnicas es establecer las condiciones que han de regir la contratación de un estudio y plan de acción de reputación corporativa de Ihobe, Sociedad Pública de Gestión Ambiental del Gobierno Vasco, entre sus diferentes grupos de interés.

El estudio tendrá como finalidad principal obtener un diagnóstico integral, riguroso y actualizado de la reputación de Ihobe, entendida como un intangible multidimensional que se construye a partir de la percepción, valoración y expectativas que sus públicos mantienen respecto a su misión, su comportamiento institucional, su capacidad técnica, su contribución a las políticas ambientales y su forma de relacionarse con la sociedad.

Este diagnóstico deberá permitir:

- Conocer el grado de reconocimiento, confianza y legitimidad de Ihobe como agente público de referencia en la gestión ambiental de Euskadi.
- Identificar fortalezas, debilidades y oportunidades de mejora en la relación de la organización con sus públicos.
- Disponer de información objetiva y accionable que sirva de base para orientar la planificación estratégica, la comunicación corporativa y la mejora continua de la actividad de la entidad.

El estudio deberá desarrollarse en coherencia con el carácter público de Ihobe, su adscripción al Gobierno Vasco y su alineación con las estrategias, planes y políticas públicas en materia de medio ambiente y sostenibilidad.

La oferta técnica que se presente no deberá sobrepasar las 25 páginas.

ALCANCE DEL TRABAJO

El estudio de reputación corporativa deberá abordar de forma estructurada y sistemática la relación de Ihobe con sus principales grupos de interés, así como la percepción global que estos tienen de la entidad, atendiendo a la diversidad de públicos con los que interactúa en el ejercicio de su misión. A tal efecto, el alcance mínimo del estudio comprenderá, al menos, los siguientes ámbitos de análisis:

1. Identificación y priorización de grupos de interés

Identificación, caracterización y priorización de los principales públicos de Ihobe, teniendo en cuenta su nivel de relación, influencia y expectativas respecto a la actividad de la entidad, entre los que se incluirán, entre otros: administraciones públicas, empresas, agentes económicos y sociales, comunidad técnica y científica, medios de comunicación y ciudadanía.

2. Análisis de la percepción y valoración de Ihobe

Evaluación de la percepción que los distintos grupos de interés tienen sobre Ihobe en relación con aspectos tales como:

- Su grado de conocimiento de Ihobe
- Su misión y rol como sociedad pública de gestión ambiental.
- Su credibilidad, solvencia técnica y capacidad de generar valor público.
- La coherencia entre su discurso, sus actuaciones y los objetivos de las políticas ambientales.
- Su cercanía, accesibilidad y calidad en la relación con los públicos.

3. Diagnóstico reputacional

Elaboración de un diagnóstico global de la reputación corporativa de Ihobe que permita identificar:

- Los principales atributos reputacionales asociados a la entidad.
- Los factores que influyen positiva o negativamente en su reputación.
- Las brechas existentes entre la identidad deseada de Ihobe y la percepción real de sus públicos.

4. Conclusiones y orientaciones estratégicas

Formulación de conclusiones claras y fundamentadas que faciliten la interpretación de los resultados obtenidos y que sirvan como base para:

- La definición de prioridades de actuación en materia reputacional.
- La mejora de la relación de Ihobe con sus grupos de interés.
- El refuerzo de su posicionamiento como agente público de referencia en sostenibilidad y gestión ambiental.

5. Plan de Acción para la mejora de la reputación corporativa

A partir del diagnóstico reputacional y de las conclusiones obtenidas, el estudio deberá incluir la elaboración de un Plan de Acción con medidas concretas orientadas a la mejora de la reputación corporativa de Ihobe.

Este Plan de Acción deberá:

- Identificar los ámbitos prioritarios de actuación reputacional.
- Definir acciones y medidas concretas, realistas y alineadas con la misión pública y ambiental de Ihobe.
- Vincular las acciones propuestas a los principales grupos de interés.
- Establecer objetivos claros y una priorización de las medidas en función de su impacto reputacional y viabilidad.
- Proponer indicadores básicos que permitan el seguimiento de su implementación.

El estudio deberá combinar, de manera adecuada, **metodologías de investigación cuantitativa y cualitativa sobre una muestra representativa de personas participantes**, garantizando la fiabilidad, validez y representatividad de los resultados, y deberá aportar una visión integral y contextualizada de la reputación de Ihobe en el marco institucional, social y ambiental de Euskadi.

DEFINICIÓN DE FASES Y TAREAS DEL PROYECTO

El desarrollo del estudio de reputación corporativa de Ihobe se estructurará en fases sucesivas y coherentes, que permitan avanzar desde la definición del marco de análisis hasta la obtención de conclusiones y orientaciones estratégicas útiles para la organización. Cada fase incluirá un conjunto de tareas específicas, orientadas a garantizar el rigor metodológico, la calidad del diagnóstico y la aplicabilidad de los resultados.

Fase 1. Definición del marco conceptual y estratégico del estudio

Objetivo: Establecer un marco común de referencia que asegure que el estudio se alinea con la misión, los valores y el rol institucional de Ihobe como sociedad pública de gestión ambiental del Gobierno Vasco.

Tareas principales:

- Análisis del contexto institucional y estratégico de Ihobe, incluyendo su misión, funciones, líneas de actuación y encaje en las políticas públicas ambientales del Gobierno Vasco.
- Definición del enfoque de reputación corporativa a aplicar en el estudio, atendiendo al carácter público de la entidad y a su función de servicio a la sociedad.
- Identificación preliminar de los atributos reputacionales clave, asociados a Ihobe (credibilidad técnica, utilidad pública, coherencia, innovación, cercanía, etc.).
- Delimitación del alcance definitivo del estudio y de los criterios generales de análisis.

Fase 2. Identificación y caracterización de los grupos de interés

Objetivo: Identificar y priorizar los principales públicos de Ihobe, teniendo en cuenta su relación con la entidad y su relevancia para la construcción de su reputación corporativa.

Tareas principales:

- Identificación de los grupos de interés internos y externos con los que Ihobe mantiene relación en el desarrollo de su actividad.
- Caracterización de cada grupo en función de variables como nivel de relación, grado de influencia, expectativas y tipo de interacción con la entidad.
- Priorización de los grupos de interés desde una perspectiva reputacional, justificando los criterios utilizados.
- Definición del alcance específico del análisis reputacional para cada grupo priorizado.

Fase 3. Diseño metodológico del estudio

Objetivo: Definir una metodología de investigación adecuada que permita obtener información fiable, válida y representativa sobre la reputación de Ihobe entre sus públicos de interés.

Tareas principales:

- Diseño de la estrategia metodológica, combinando técnicas de investigación cuantitativa y cualitativa.
- Definición de los instrumentos de recogida de información (cuestionarios, entrevistas, dinámicas participativas u otros), adaptados a cada grupo de interés.
- Establecimiento de los indicadores y variables de análisis reputacional.
- Definición de los criterios de análisis y tratamiento de la información obtenida.

Fase 4. Trabajo de campo y recogida de información

Objetivo: Obtener información directa y contrastada sobre la percepción, valoración y expectativas de los grupos de interés respecto a Ihobe.

Tareas principales:

- Ejecución del trabajo de campo conforme a la metodología definida.
- Recogida de información cualitativa y cuantitativa sobre el conocimiento, la imagen y la reputación de Ihobe.
- Garantía de la calidad, confidencialidad y trazabilidad de los datos obtenidos.
- Seguimiento y control del desarrollo del trabajo de campo.

Fase 5. Análisis y diagnóstico de la reputación corporativa

Objetivo: Analizar la información obtenida y elaborar un diagnóstico integral de la reputación corporativa de Ihobe.

Tareas principales:

- Tratamiento y análisis de los datos recogidos.
- Evaluación de la reputación de Ihobe por grupos de interés y de forma global.
- Identificación de fortalezas, debilidades, riesgos y oportunidades reputacionales.
- Análisis de las posibles brechas entre la identidad deseada de Ihobe y la percepción real de sus públicos.
- Elaboración de un diagnóstico claro, estructurado y fundamentado.

Fase 6. Elaboración de conclusiones y orientaciones estratégicas

Objetivo: Traducir el diagnóstico reputacional en conclusiones útiles y orientaciones que sirvan de apoyo a la mejora de la gestión y la comunicación de Ihobe.

Tareas principales:

- Síntesis de los principales hallazgos del estudio.
- Identificación de ámbitos prioritarios de actuación desde una perspectiva reputacional.
- Propuesta de orientaciones estratégicas para reforzar la reputación de Ihobe en coherencia con su misión pública y ambiental.
- Elaboración de recomendaciones prácticas adaptadas a los diferentes grupos de interés.

Fase 7: Elaboración del Plan de Acción para la mejora de la reputación corporativa

Objetivo:

Definir un **Plan de Acción estructurado y operativo**, orientado a la mejora de la reputación corporativa de Ihobe, a partir de los resultados del diagnóstico realizado.

Tareas principales:

- Identificación de los ámbitos prioritarios de actuación reputacional, en función del diagnóstico obtenido.
- Definición de **medidas y acciones concretas**, realistas y alineadas con la misión pública y ambiental de Ihobe.
- Vinculación de cada acción a los grupos de interés a los que se dirige.
- Establecimiento de objetivos claros para cada medida propuesta.
- Priorización de las acciones en función de su impacto reputacional y viabilidad.
- Propuesta de indicadores básicos que permitan realizar un seguimiento de la implementación del Plan de Acción.

El Plan de Acción deberá tener un enfoque práctico y aplicable, evitando formulaciones genéricas, y deberá servir como herramienta de apoyo a la toma de decisiones y a la mejora continua de la gestión y la comunicación de Ihobe.

Fase 7. Presentación y validación de resultados

Objetivo: Facilitar la comprensión, apropiación y utilización de los resultados del estudio por parte de Ihobe.

Tareas principales:

- Elaboración de los informes finales del estudio y del Plan de Acción.
- Presentación de resultados a los responsables designados por Ihobe.
- Incorporación, en su caso, de ajustes derivados del proceso de contraste.
- Entrega de la documentación definitiva conforme a lo establecido en el pliego.

PLANIFICACIÓN DE LOS TRABAJOS

El plazo máximo de ejecución del contrato será de hasta ocho (8) meses desde la formalización del mismo, plazo dentro del cual deberán ejecutarse la totalidad de las fases del estudio, así como entregarse y validarse todos los documentos y resultados previstos en el presente pliego.

La empresa adjudicataria deberá presentar un plan de trabajo y cronograma detallado, coherente con dicho plazo máximo, que será sometido a la aprobación de Ihobe y que podrá ser ajustado, de mutuo acuerdo entre las partes, por razones debidamente justificadas y siempre que no se altere el objeto del contrato ni el plazo máximo de ejecución.

YOLANDA
DELIA
RODRIGUEZ
COUSO -
22746299N

Firmado digitalmente
por YOLANDA DELIA
RODRIGUEZ COUSO -
22746299N
Fecha: 2026.07.02
10:02:18 +02'00'

Fdo.: YOLANDA RODRÍGUEZ COUSO

Directora de Área

SUSANA
UNZURRUNZA
GA GOMEZ -
14591439D

Firmado digitalmente
por SUSANA
UNZURRUNZAGA
GOMEZ - 14591439D
Fecha: 2026.06.25
17:18:32 +02'00'

Fdo.: SUSANA UNZURRUNZAGA GÓMEZ

Técnica de proyecto