PLIEGO DE BASES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES PARA REDES SOCIALES Y TIK TOK DE KONTSUMOBIDE 2027

El Estatuto de las personas consumidoras y usuarias establece en su artículo 14 que “las personas consumidoras y usuarias tienen derecho a recibir una información veraz, completa, objetiva y comprensible sobre las características esenciales de los bienes y servicios puestos a su disposición”.

La realización efectiva de este derecho requiere el uso de los medios de comunicación disponibles para poder informar en materia de consumo, comunicar novedades y lograr un grado de interrelación que nos permita impactar en el público en general y establecer vínculos de comunidad que amplifiquen el mensaje. De esta manera contribuimos a que las personas consumidoras y usuarias obtengan los conocimientos adecuados para el desarrollo de un comportamiento de consumo responsable.

Kontsumobide utiliza todos los canales que tiene a su disposición para transmitir esta información, ya sea a través de su web, blog o redes sociales. Asimismo, elabora publicaciones y contenidos informativos que pone a disposición de las personas consumidoras de manera gratuita.

El uso de las redes sociales de mayor uso generalizado es habitual en Kontsumobide; plataformas como Facebook, X (anteriormente Twitter) e Instagram son gestionadas en colaboración con una empresa externa e insertas en la estrategia general del Departamento.

A estas redes, ya tradicionales, se une el uso consolidado de TikTok. Esta red social, utilizada ampliamente por el público más joven, destaca por su alto nivel de penetración y por la especificidad de su lenguaje audiovisual, altamente efectivo e influyente también en el resto de plataformas de comunicación digital.

Tras la evaluación y análisis de los datos obtenidos en fases previas, se evidencia la necesidad de consolidar lenguajes y piezas audiovisuales pensados específicamente para redes sociales, construyendo *engagement* y elaborando un discurso dinámico alejado de la formalidad administrativa. Se trata de potenciar el formato audiovisual como vehículo vertebrador para ampliar la efectividad e impacto de nuestra comunicación.

Adicionalmente también es necesario la generación de nuevos vídeos de formato corto que nos permitan renovar algunas de las secciones de la web que se transmiten en formato audiovisual.

Dentro de este marco, KONTSUMOBIDE precisa recurrir a empresas especializadas en la generación de contenido audiovisual para redes sociales, capaces de adaptar mensajes a los nuevos lenguajes comunicativos y fortalecer de manera directa la relación con el público más joven.

Se opta por un contrato con vigencia desde el 1 de abril de 2027 hasta el 31 de diciembre de 2027, prorrogable año a año hasta un total de 4 prorrogas. De esta manera se pretende aportar estabilidad, consistencia y coherencia a la imagen institucional y a los mensajes transmitidos.

1.- OBJETO DEL CONTRATO

El objeto del contrato es la prestación de servicios especializados para la planificación, creación, producción y publicación de contenidos audiovisuales adaptados a los códigos, formatos y lenguajes propios de TikTok, así como para la coordinación y gestión de la presencia de Kontsumobide en dicha red social.

La prestación comprenderá la elaboración de las piezas audiovisuales necesarias y el desarrollo de una línea de comunicación coherente, reconocible y adaptada a los públicos destinatarios, en la que el contenido audiovisual constituya el eje central de la estrategia de difusión de los mensajes de Kontsumobide.

2.- ÁMBITO, ALCANCE Y CONTENIDOS DE LOS SERVICIOS A REALIZAR

Servicios de creación y producción audiovisual

El servicio comprende la creación, producción y realización audiovisual orientada a la generación de comunidad y fidelización de audiencias en redes sociales.

En el Anexo I se adjunta el Briefing que servirá de base obligatoria para el desarrollo creativo y la articulación de los mensajes institucionales a transmitir.

Todas las producciones audiovisuales se realizarán en los dos idiomas oficiales de la Comunidad Autónoma del País Vasco: euskera y castellano. Las propuestas creativas deberán contemplar versión bilingüe en cada una de las piezas.

El aspecto central de la propuesta técnica será el concepto creativo, acompañando una explicación detallada de su objetivo, evolución, narrativa y desarrollo expresivo.

En su propuesta, la empresa licitadora deberá aportar un plan de comunicaciones, desglose de temáticas y al menos una pieza de vídeo tipo de muestra.

La empresa deberá tener en cuenta que Kontsumobide cuenta con una trayectoria consolidada en canales digitales. Es voluntad de Kontsumobide mantener una coherencia en su línea de comunicación, por lo que si la empresa licitante estima que esta debe ser variada deberá argumentarlo en la presentación de la propuesta.

La presencia en TikTok se configura como el canal idóneo para conectar con los segmentos más jóvenes de la ciudadanía. La experiencia acumulada permite valorar de forma prioritaria el impacto de mensajes basados en el humor, la ironía fina y el contraste exagerado, entendiéndose esta como una línea de trabajo clave sobre la que profundizar. Por este motivo, la difusión en TikTok articulará el eje de la propuesta audiovisual.

En la actualidad, la comunicación en Tik Tok se articula en torno a tres protagonistas. Kontsumobide no está cerrada al cambio y estima que puede ser interesante tanto el mantenimiento de los personajes actuales y apostar por su evolución, como la incorporación de un nuevo personaje o la creación de uno o dos personajes recurrentes que actúen como hilo conductor de las situaciones cotidianas en materia de consumo. En caso de optar por esta fórmula, el licitador deberá incluir en su oferta todos los costes inherentes (producción, contratación de actores/actrices, derechos de imagen, caracterización, etc.).

En caso de que la empresa licitadora proponga la contratación de actores, actrices o influencers el precio de dicha contratación no contará en el precio de licitación de este contrato, pero en todo caso, y en aras a una valoración más correcta la empresa proponente deberá indicar señalar el personaje que se pretende crear y/o la persona que se pretende contratar y señalar el caché o precio esperada de dicha contratación por un período de un año.

La empresa adjudicataria realizará las adaptaciones de los formatos originales para las distintas redes sociales, garantizando en todo momento la máxima calidad estética y la coherencia comunicativa de la campaña.

Asimismo, la adjudicataria elaborará un dossier explicativo, que no excederá de 20 páginas, acompañado del material necesario para la presentación de la campaña a los medios de comunicación. Se valorará positivamente la inclusión de una memoria en formato vídeo que sintetice la propuesta.

Para la presentación de la propuesta Kontsumobide convocará a todas las empresas licitantes, por orden de presentación de ofertas y estas dispondrán de un tiempo de 10 minutos para presentar su propuesta y 10 minutos adicionales para responder a las preguntas del tribunal. Esta presentación se realizará antes de que el tribunal valore las memorias presentadas.

La empresa adjudicataria cederá en exclusiva a Kontsumobide el ejercicio de los derechos de explotación (reproducción, modificación, distribución y comunicación pública) de la creatividad de la campaña por un periodo no inferior a 5 años ni superior a 10 años.

La adjudicataria establecerá, bajo la supervisión de Kontsumobide, los mecanismos de coordinación necesarios con otras empresas o agencias que presten servicios de comunicación para el Instituto.

La facturación se emitirá con periodicidad mensual, respondiendo exclusivamente a los meses en que se hayan ejecutado y prestado efectivamente los servicios contratados, acompañando cada factura del correspondiente informe de comprobación de trabajos.

Durante la vigencia del contrato, la empresa designará una persona responsable de coordinación (se valorará perfil bilingüe euskera-castellano) con disponibilidad para interlocución con Kontsumobide. El horario de atención se equiparará al horario oficial de funcionamiento de Kontsumobide.

Kontsumobide se reserva la facultad de modificar hasta un máximo del 30 por ciento las planificaciones y contenidos de los mensajes por necesidades de oportunidad sobrevenida, notificándolo con una antelación mínima de 10 días naturales a la adjudicataria.

Todas las producciones audiovisuales contemplarán localización de rodaje y ámbito en los tres Territorios Históricos, garantizando la presencia equilibrada del euskera y el castellano.

3.- RESPONSABILIDADES DE LA EMPRESA ADJUDICATARIA

La empresa adjudicataria responderá de la correcta y puntual prestación del servicio en los plazos estipulados y con los niveles de calidad exigidos, sometiéndose al seguimiento continuo del contrato.

Cualquier deficiencia o error imputable a la adjudicataria deberá ser subsanado a su costa y a la mayor brevedad, siguiendo las directrices dictadas por Kontsumobide, sin que ello genere coste adicional alguno para el Instituto.

4.- PRESENTACIÓN DE DOCUMENTACIÓN TÉCNICA (SOBRE DE JUICIO DE VALOR)

Para la valoración de los criterios cualitativos sujetos a juicio de valor, las empresas licitadoras deberán aportar una Memoria de Campaña que desarrolle estructuradamente los siguientes puntos:

- Planificación de la difusión de los contenidos audiovisuales en TikTok, detallando frecuencia de publicación, modalidades de vídeo y temáticas.
- Línea estratégica de los mensajes y su adecuada adaptación a los públicos objetivo. En este apartado se valorará la presentación de un informe valorativo sobre la sección “Saber Consumir” de la web de Kontsumobide.
- Justificación de la idoneidad del tono de lenguaje (audiovisual, semántico, conceptual, etc.).
- Bocetos de aplicaciones infográficas y elementos visuales complementarios.
- Producción audiovisual tipo de muestra (Un vídeo demostrativo).
- Plan de trabajo global y cronograma de ejecución.
- Metodología de coordinación con Kontsumobide y con otras empresas colaboradoras.

Los criterios detallados de valoración técnica y fórmulas económicas se encuentran recogidos en el correspondiente informe justificativo de criterios de adjudicación y en el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares.

5.- DURACIÓN DEL CONTRATO

El periodo de ejecución del contrato comprenderá desde el siguiente a la formalización del contrato, nunca antes del 1 de enero de 2027 hasta el 31 de diciembre de 2027, con posibilidad de prórroga por anualidades hasta un total de 4 prorrogas.

En Vitoria-Gasteiz, a fecha de la firma electrónica

IBON RODRIGUEZ LARRINAGA - 16045156B

Firmado digitalmente por IBON RODRIGUEZ LARRINAGA - 16045156B
Fecha: 2026.10.07 14:28:51 +02'00'

ANEXO I: BRIEFING DE CAMPAÑA

1.- Objetivo estratégico

Consolidación de la estrategia narrativa y creativa para redes sociales capaz de conectar con la juventud de forma auténtica. El propósito no es instruir ni impartir normas, sino despertar un pensamiento crítico y una conciencia autónoma sobre el propio comportamiento de consumo, utilizando el humor, la ironía inteligente y la sátira cotidiana como dinamizadores del discurso.

2.- Publico objetivo

Población joven de Euskadi usuaria de redes sociales, con enfoque prioritario en la comunidad de TikTok.

3.- Enfoque comunicativo y tono (no paternalista)

- Superación del tono institucional y adoctrinador: Se rechaza explícitamente el enfoque paternalista o los sermones morales. El discurso debe tratar al público joven como interlocutor inteligente, capaz de analizar sus propias decisiones.
- Fomento del pensamiento crítico: La comunicación debe plantear preguntas incisivas, dilemas reales y situaciones con las que la juventud se identifique, estimulando la reflexión previa al acto de consumo (ej. consumo impulsivo, presión social de marcas, greenwashing, hiperconexión o trampas del comercio digital).
- En el momento actual cobra especial importancia la atención al entorno digital, el uso de patrones oscuros y algoritmos manipuladores.
- También debe ser tenida en consideración la necesidad de discernir entre los contenidos reales y aquellos que responden a voluntades ocultas y se basan en mentiras, comunicaciones acientíficas, o manipulaciones realizadas con IA
- Humor y sátira como vehículo de complicidad: El humor, la ironía, el absurdo y las dinámicas visuales de TikTok se utilizarán para desarmar la resistencia hacia los mensajes institucionales y generar debate o autocrítica en los comentarios.
- Continuidad de personajes: Se valorará la creación de contenidos en serie que conecte con los personajes actuales y que de continuidad a la comunicación.

4.- Ejes temáticos de reflexión crítica

- Consumo consciente vs. impulso y modas: Cuestionar la necesidad real de compra, el impacto de los micro-trends y la sostenibilidad ambiental y humana que hay detrás de la cadena de producción.
- Soberanía y empoderamiento digital: Fomentar una mirada crítica ante los algoritmos de recomendación, la publicidad encubierta de influencers, las

trampas de suscripción en apps y la pérdida de derechos en compras digitales o plataformas a distancia.

- Distinguir la mentira, el uso de patrones oscuros y algoritmos manipuladores, el uso de IA para crear relidades alternativas (falsas) etc
- Conocimiento activo de derechos: Transmitir que conocer las herramientas de protección e información de Kontsumobide otorga poder real frente a abusos o fraudes comerciales.

5.- Período de ejecución

Año 2027 (ejercicio inicial), prorrogable por una anualidad adicional.

6.- Redes seleccionadas y estrategia de difusión

Enfoque multicanal adaptado al ecosistema digital de Kontsumobide, posicionando a TikTok como el canal matriz y laboratorio creativo desde el cual adaptar o extender contenidos a Instagram (Reels) u otras plataformas.

Se deberá tener en consideración la sección Saber Consumir a la Web de Kontsumobide.

Enlace a tipo de videos de la web que hay que tomar en consideración.

7.- Lenguaje y valores institucionales

Lenguaje fresco, directo y adaptado a los códigos nativos de la plataforma, respetando escrupulosamente las normas lingüísticas, la garantía de bilingüismo (euskera/castellano) y el uso transversal de un lenguaje inclusivo, no sexista y no discriminatorio.

Se valorará que el euskera no se base en traducciones de castellano.

8.- Formatos y propuestas de los licitadores

Las empresas participantes plantearán libremente en su memoria técnica las estrategias de contenidos, formatos audiovisuales, dinámicas de participación y temáticas que consideren más eficaces para alcanzar los objetivos de concienciación crítica planteados.

9.- Producción integral

La empresa adjudicataria asumir asumirá la totalidad de los costes de producción: conceptualización, guionización, casting, contratación de actores/actrices o creadores/as de contenido, locución, edición y posproducción.

10.- Derechos de propiedad intelectual

La cesión exclusiva de los derechos de explotación a Kontsumobide se regirá por los plazos de entre 5 y 10 años conforme a las condiciones generales fijadas en los pliegos del contrato.