

**PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DE LA PRESTACIÓN
DE SERVICIOS DE GABINETE DE COMUNICACIÓN PARA SERVICIOS DE
TXINGUDI-TXINGUDIKO ZERBITZUAK, S.A.**

Código Expediente: 2022SERV007

1. OBJETO DEL CONTRATO

El objeto del contrato lo constituye la prestación de servicios de Gabinete de Comunicación para Servicios de Txingudi – Txingudiko Zerbitzuak, en adelante TXINZER. Los servicios de Gabinete de Comunicación incluirán el asesoramiento en materia de comunicación externa e interna, que incluye consultoría estratégica, gestión integral del gabinete de prensa, apoyo en relaciones públicas y el diseño de soportes de comunicación, con el fin de reforzar y ampliar la comunicación de las acciones emprendidas y requeridas desde TXINZER.

El Código CPV del contrato: 92400000-5 (Servicios de Agencias de Noticias)

2. ALCANCE Y CONTENIDO DEL SERVICIO DEL GABINETE DE COMUNICACIÓN

La empresa adjudicataria, bajo la coordinación y dirección de la Directora – Gerente o en la persona que ésta designe de TXINZER, desarrollará, implantará y ejecutará el Plan de Comunicación Integral destinado por una lado a favorecer la Comunicación Interna, y por otro lado a mejorar la proyección externa de TXINZER, con el fin de impulsar la imagen de éste en la opinión pública utilizando en cada momento, y ante cada caso concreto, las herramientas de comunicación adecuadas; así como mantener una política de transparencia informativa y una relación fluida con los medios de comunicación: prensa, radio, televisión y entorno digital.

En relación con lo anterior, deberá realizar las siguientes actividades:

2.1.- CONSULTORÍA DE COMUNICACIÓN

a) Consultoría Estratégica y liderazgo: Desarrollar e implantar el Plan de Comunicación Integral 2023-2027 alineado con el Plan Estratégico 2030, actualmente en fase de desarrollo, el cual recogerá propuestas para un Plan de Actuación estratégico de comunicación específico para TXINZER, así como un Plan de Actuaciones Anuales Específico que se concretará anualmente.

Entendemos el **Plan de Comunicación** como una hoja de ruta donde se plasma la forma en la que TXINZER va a comunicarse con su público objetivo y cuándo. En él se establecerán de forma clara los objetivos de **Comunicación** que se quieren alcanzar, facilitando además el orden de las tareas y acciones que se deban realizar.

Las ofertas deberán contemplar como eje angular una propuesta de estrategia comunicativa y un esbozo de la concreción para su posterior desarrollo una vez resuelta la presente licitación del Plan de Comunicación.

El Plan de Comunicación deberá incluir:

- Desarrollo de la Comunicación Interna
- Asesoramiento en la realización y la coordinación de la política de comunicación y difusión de las acciones corporativas
- Proponer una orientación global y un plan coordinado que considere la comunicación corporativa
- Asesorar y acompañar a los responsables de TXINZER para cada área objeto del plan de comunicación
- Apoyo en el diseño y difusión de la Comunicación de las diferentes Campañas y Eventos en los que TXINZER decida participar.

Se distinguirá lo siguiente:

. Plan de comunicación interna

Dirigido a los trabajadores de TXINZER: Se trata de la puesta en marcha de un conjunto de acciones para favorecer el traspaso de información y conocimiento entre los trabajadores de la empresa. **El objetivo es generar un buen clima laboral y mejorar la relación empresa-trabajador.**

. Plan de comunicación externa

Dirigido al público de interés. Su objetivo es mejorar la imagen de la marca. Está vinculado a las relaciones de la empresa con los diferentes grupos de interés. Estos pueden ser Consejeros, Proveedores, Abonados o la Ciudadanía en general.

Una buena comunicación interna favorece indirectamente la consecución de los objetivos de la comunicación externa. Los trabajadores son los mejores prescriptores de una marca.

La comunicación de la marca hacia el exterior seguirá este mismo esquema para conseguir que la imagen de Txinzer atraiga y fidelice a nuestro público objetivo. El Plan de Comunicación, según el canal que utilicemos en la estrategia de comunicación, se dividirá **en dos grupos**:

- **Plan de comunicación online:** en donde se recogerá las estrategias que se sirven de Internet para llevarse a cabo.
- **Plan de comunicación offline:** en donde se recogen las estrategias que no se llevan a cabo a través de Internet.

Ambos planes no son incompatibles, sino complementarios.

b) Mantener actualizado el Plan.

- c) Consultoría de relato (*storytelling*)
- d) Realizado un análisis cuantitativo y cualitativo de la actividad, proponer actuaciones y asesorar a TXINZER con el fin de lograr una comunicación externa e interna eficaz.
- e) Gestionar los procesos comunicativos tanto a nivel interno como externo.
- f) Sugerir necesidades de información específicas, sondeando nuevos temas de interés para la opinión pública.
- g) Asesorar sobre las herramientas de comunicación que conviene utilizar para las campañas de prensa, relaciones públicas, etc.
- h) Gestionar la relación de TXINZER con los medios de comunicación y con la sociedad.
- i) Mejorar la reputación digital y transmitir una imagen positiva de la entidad a la opinión pública dando a conocer información sobre la entidad, su impacto, la identidad e imagen corporativa, valores y en definitiva información que pueda ser interesante y de calidad para el público objetivo.
- j) Aconsejar y asesorar al equipo directivo, así como a personal de la plantilla, si así lo solicitara TXINZER, en lo relativo a sus relaciones e intervenciones con los medios de comunicación.
- k) Proponer actos o eventos a los que sea conveniente acudir para promocionar, mejorar o dar a conocer la imagen de TXINZER.
- l) Evaluar y efectuar análisis, así como propuestas de mejora en relación con las informaciones aparecidas en los medios de comunicación.
- m) Atender las solicitudes en materia de asesoramiento estratégico de comunicación que demande la entidad.

2.2.- TRABAJOS DE GESTIÓN INTEGRAL DE GABINETE DE PRENSA

- a) Elaborar notas de prensa (aproximadamente 40 anuales), preparar reportajes, convocatoria de medios, material necesario para informar a los medios de comunicación, diseño de folletos informativos y comunicaciones a distribuir en los municipios integrantes de la Mancomunidad (Irun y Hondarribia), etc.
- b) Elaborar los dossiers o clippings diarios de prensa escrita y medios digitales.
- c) Recopilación y entrega del material audiovisual o, en su caso, en formato de audio, emitido por los distintos medios televisivos o radiofónicos que documenten menciones a TXINZER.
- d) Divulgación de diferentes campañas de sensibilización y concienciación en lo relativo a la Actividad del Agua, Residuos y Limpieza Viaria: Se ocupará en coordinación con TXINZER y con la empresa contratada por TXINZER en lo relativo a la Educación Ambiental, de las necesidades de comunicación (radio, prensa escrita, distribución de

flyers...) para la puesta en conocimiento de la ciudadanía de la celebración de distintos eventos (Merka2dasoa, Día Mundial del Agua, Día Mundial del Saneamiento, PIN,...) y de cuantos actos requieran de la previa información de la sociedad con el objeto de anunciar y contar con su participación (no incluye la compra de espacios publicitarios).

e) Asesoramiento y, en su caso, apoyo en la preparación de las intervenciones públicas de la Gerencia y la Presidencia/Vicepresidencia de TXINZER.

f) Mantener contacto permanente con los medios de comunicación (ámbito local o superior, en caso necesario, en función de los contenidos). En caso de ser requerida, la empresa consultora comunicará a los medios de comunicación los diferentes proyectos y actividades de TXINZER.

g) Fomentar las relaciones con los medios de comunicación a través de los periodistas especializados.

h) Colaborar en la concreción de entrevistas en medios o programas en los que por su contenido, por su influencia en la opinión pública o por el tipo de público, interese aparecer a TXINZER.

i) Orientar a TXINZER sobre la conveniencia de llevar a cabo una acción de comunicación en determinada fecha teniendo en cuenta la agenda de convocatorias, eventos del momento, etc.

j) Coordinar sus actividades con los responsables de TXINZER para mantener actualizado la WEB.

2.3.- TRABAJO DE ACOMPAÑAMIENTO Y RELACIONES PÚBLICAS Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

a) La empresa adjudicataria acompañará a TXINZER en las convocatorias de prensa, en los actos o eventos en los que se haya convocado a los medios de comunicación, en las situaciones en las que haya que informar con urgencia a los medios de comunicación, y ante cualquier otro hecho en el que se necesite asesoramiento de comunicación e imagen ante prensa y así se solicite, pudiendo ser estos eventos fuera de horario laboral ordinario y en festivos.

b) Apoyar en la organización de eventos especiales (Congresos, visitas institucionales...)

2.4.- TRABAJO CREATIVO

a) Redactar cualquier documento de información puntual o soporte para informar a los diferentes públicos de la entidad (municipios, abonados, grupos de interés, etc.)

b) Colaborar en la redacción de intervenciones, artículos o conferencias de carácter público bajo la dirección y supervisión de TXINZER.

c) Conocer y respetar la imagen corporativa de TXINZER en toda la documentación o actos con relevancia hacia el exterior.

d) Realizar un estudio sobre la viabilidad del uso de las redes sociales como herramienta eficaz de comunicación para TXINZER

e) Diseño de la Memoria Anual

f) Apoyar en el diseño y creatividad de soportes de comunicación que se requieran.

2.5.- ACTIVIDADES BÁSICAS DE ASESORAMIENTO EN DISEÑO Y PUBLICIDAD

Las actividades recogidas en esta área a tener en cuenta son las siguientes:

- Labores de asesoramiento en diseño de campañas de difusión de TXINZER
- Presentaciones institucionales en formato power point o similar
- Diseño de imágenes, iconos, dibujos, representaciones gráficas... adecuados a los diversos servicios de TXINZER y necesarios para la inclusión en los diversos materiales elaborados
- Elaboración de los contenidos, redacción creativa y realización de materiales impresos, de radio, de web o televisión para los diferentes públicos objetivos.

2.6.- OTROS

a) Trabajar en cuanto a los Ecosistemas digitales en:

a.1) Estrategia

a.2) Diseño Web

a.3) Community Management

a.4) Posicionamiento: SEO/SEM

a.5) Mapeos

b) Potenciar la importancia de la Sostenibilidad, la Responsabilidad Social Corporativa y el compromiso para con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 en el discurso en general.

c) Analizar la influencia de las comunicaciones emitidas.

d) Cuando surgen eventos de crisis canalizar la comunicación de forma ordenada y planificada.

3. CONDICIONES DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS

La empresa adjudicataria deberá nombrar una persona responsable que será la única interlocutora válida para todos los asuntos relativos al contrato.

Esta persona responsable, deberá, cubrir las necesidades contratadas cualquier día del

año, puntualmente incluyendo días de fiesta y fines de semana, y deberá poderse contactar con ella de forma permanente.

Será imprescindible que parte de la prestación del servicio sea insitu, fijando un mínimo de 4 horas semanales en las instalaciones de Txinzer. Esta persona deberá asistir a eventos de manera presencial cuando así lo requiera TXINZER.

Todos los documentos y actividades se realizarán con un planteamiento bilingüe (euskera y castellano) sin que ello suponga un precio o cargo adicional.

Se aplicarán políticas de comunicación que garanticen el uso no sexista del lenguaje y las imágenes y textos deberán respetar los criterios de igualdad de género, no utilizar imágenes discriminatorias, violentas, etc.

4. SEGUIMIENTO Y CONTROL

Al objeto de un adecuado seguimiento del contrato, la empresa adjudicataria entregará un informe periódico (acordado de manera conjunta) en que se recogerán los trabajos desarrollados, la evolución de los proyectos, así como las recomendaciones pertinentes.

5.- EJECUCIÓN DEL CONTRATO: OBLIGACIONES GENERALES DE LA ADJUDICATARIA

5.1.- LUGAR DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO

El lugar de la prestación del servicio deberá darse en una instalación de una distancia inferior a los 100 km de las Oficinas Centrales de TXINZER, con el fin de reaccionar con rapidez ante situaciones de respuesta urgente, reuniones o acciones directas en los espacios en los que TXINZER desarrolla su actividad, en los que ubica paneles o soportes informativos que en ocasiones hay que modificar o sustituir con rapidez.

5.2.- ORGANIZACIÓN Y MATERIALES

La empresa adjudicataria dispondrá de una organización con elementos suficientes para la debida ejecución del contrato.

La adjudicataria se responsabilizará del buen uso de elementos informáticos, redes, materiales o cualquier otra infraestructura de TXINZER, que pueda ponerse a disposición del contrato.

5.3.- RECURSOS HUMANOS

La empresa adjudicataria deberá contar con personal suficiente y cualificado para las tareas que se deban desarrollar en ejecución del presente contrato.

La empresa adjudicataria determinará las necesidades de su personal debidamente coordinado y que demuestre su capacidad para llevar a cabo en tiempo y forma, los servicios de prestar.

5.4.- IMAGEN CORPORATIVA

En las Ruedas de Prensa, Dossieres y demás Actos se utilizará la imagen corporativa de TXINZER.

La inclusión de cualquier otra imagen exigirá el consentimiento expreso y escrito de TXINZER.

5.5.- FOTOGRAFIAS E IMÁGENES

Cuando para la ejecución de tareas de comunicación se utilicen fotografías y/o imágenes de los actos realizados, éstas deberán ser propiedad de TXINZER. En su defecto, el adjudicatario podrá utilizar un banco de imágenes.

Si el adjudicatario utilizara para este tipo de tareas fotográficas y/o imágenes efectuadas por sí mismo, la inclusión en los actos de comunicación que sean objeto del contrato traerá como consecuencia la libre disposición de esas fotografías e imágenes por TXINZER.

En ningún caso se podrán utilizar imágenes, fotografías o diseños que impliquen una responsabilidad legal por su uso.

5.6.- EUSKERA

En los Actos de Comunicación se utilizarán el castellano y el euskera, correspondiendo a la empresa adjudicataria los trabajos de traducción que sean necesarios a tal efecto.

Toda comunicación que se remita a los diferentes medios de comunicación se realizará tanto en euskera como en castellano. En las Ruedas de Prensa, la empresa adjudicataria deberá tener una persona con el suficiente conocimiento de euskera de modo que se garantice su correcto y fluido uso en las comunicaciones que se hagan a los Medios.

El resultado del objeto del contrato (estudios, informes, proyectos, ...) deberá entregarse en ambas lenguas oficiales, siempre y cuando se prevea que el resultado, en su totalidad o parte, vaya a difundirse entre la ciudadanía.

5.7.- LENGUAJE INCLUSIVO

La empresa adjudicataria utilizará en sus comunicaciones un lenguaje no sexista.

5.8.- FORMATO DIGITAL

Los dossiers de prensa, notas, comunicaciones, discursos, etc., se presentarán en papel y en formato digital.

5.9.- DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL

Todos los derechos de propiedad intelectual y de “copyright” que se puedan derivar de los trabajos objeto de la asistencia serán de la propiedad exclusiva de TXINZER, obligándose ambas partes a otorgar el documento oportuno cuando éste sea necesario para la debida constancia pública de este hecho.