

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS QUE HABRÁ DE REGIR LA LICITACIÓN, MEDIANTE PROCEDIMIENTO ABIERTO, PARA LA CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE COMUNICACIÓN PARA CENTRO KURSAAL-KURSAAL ELKARGUNEA, S.A. Y PALACIO MIRAMAR

1. OBJETO DEL CONTRATO.....- 2 -

2. CONTENIDO Y ALCANCE DE LOS SERVICIOS A REALIZAR.....- 2 -

3. MEDIOS HUMANOS- 4 -

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS QUE HABRÁ DE REGIR LA LICITACIÓN, MEDIANTE PROCEDIMIENTO ABIERTO, PARA LA CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE COMUNICACIÓN PARA CENTRO KURSAAL-KURSAAL ELKARGUNEA, S.A. Y PALACIO MIRAMAR

1. OBJETO DEL CONTRATO

El objeto del contrato lo constituye la prestación de los servicios de comunicación para el CENTRO KURSAAL-KURSAAL ELKARGUNEA, S.A. y PALACIO MIRAMAR, conforme a lo previsto en la Carátula, en el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares y en el presente Pliego de Prescripciones Técnicas.

Quedan fuera de la presente licitación los servicios de marketing digital B2B, descritos y detallados en su correspondiente licitación de Servicios de Marketing B2B digital para CENTRO KURSAAL-KURSAAL ELKARGUNEA, S.A. y PALACIO MIRAMAR.

El Código CPV del contrato es el siguiente:

- 79340000-9 (Servicios de publicidad y marketing)

2. CONTENIDO Y ALCANCE DE LOS SERVICIOS A REALIZAR

2.1 Antecedentes

Centro Kursaal-Kursaal Elkargunea, S.A., encargada de la gestión del Palacio de Congresos Kursaal y del Palacio Miramar, reconocida en el sector de eventos y turismo por su calidad y enfoque sostenible, busca posicionarse como una plataforma para el desarrollo económico y la transformación social de Donostia / San Sebastián, Gipuzkoa y el País Vasco.

Centro Kursaal-Kursaal Elkargunea, S.A. forma parte de la identidad de Donostia / San Sebastián, de Gipuzkoa y del País Vasco. Como recoge su plan estratégico 2024-2027 se propone enriquecer y formar parte de las imágenes y de los paisajes estrechamente unidos a la identidad del territorio, es decir, la escala humana, el prestigio internacional, la hospitalidad, la gastronomía, la vida cultural, la innovación, la preocupación por el medioambiente y la sostenibilidad, el dinamismo de los centros tecnológicos y científicos, etc.

En este contexto, Centro Kursaal-Kursaal Elkargunea, S.A requiere desarrollar y proyectar su estrategia de comunicación para continuar posicionándose y consolidarse como espacio de referencia en el ámbito local, estatal e internacional, y además que

sirva para acercarse al ecosistema de ciencia, tecnología e innovación, así como a sus agentes, prescriptores para el Centro Kursaal-Kursaal Elkargunea, S.A. Todo ello recogido en el marco del nuevo Plan estratégico de Centro Kursaal-Kursaal Elkargunea, S.A.

Para llevar a cabo los servicios objeto de la presente licitación es necesario contar con un equipo multidisciplinar que incluya la comunicación, el diseño gráfico, la publicidad y el marketing digital. Todos los servicios del contrato para la presentación de servicios de comunicación serán prestados bajo la supervisión y control del área de Comunicación y Marketing de Centro Kursaal-Kursaal Elkargunea, S.A.

2.2 Alcance de los servicios

El alcance de los servicios engloba las siguientes **tres fases**:

1. **Planificación editorial.** Crear un plan editorial que recoja los objetivos de comunicación, la identificación del público objetivo, los mensajes clave a transmitir, los tipos y formatos de contenido a crear, un calendario detallado de publicaciones, los canales de distribución, y un proceso de revisión y ajustes continuos.

Los objetivos principales de este plan editorial son:

- Crear notoriedad y reforzar la marca Centro Kursaal-Kursaal Elkargunea, S.A.
 - Captar leads y negocio.
 - Poner en valor el Programa Enbaxadore. Acercarnos a la comunidad científica, tecnológica, innovación y médica a través de medios propios (RRSS, newsletter, mailings...) y medios de terceros (a través de los acuerdos que obtengamos o medios que nos ofrezcan, creando y publicando también contenido relevante en sus medios: Eventoplus, SPRI, boletines internos del hospital...).
 - Resaltar las iniciativas y logros de Centro Kursaal-Kursaal Elkargunea, S.A. en innovación, digitalización y sostenibilidad.
-
2. **Creación de contenido y diseño gráfico.** La empresa contratista deberá crear y producir el contenido definido previamente, basado en los mensajes clave y el storytelling y adaptarlos para su difusión en los diferentes canales digitales definidos en el plan editorial. La empresa contratista seleccionada deberá demostrar su capacidad para crear contenido de alta calidad en castellano, euskera, inglés y francés, alineado con los valores y objetivos de Centro Kursaal-Kursaal Elkargunea, S.A.

Para ello, la empresa contratista deberá:

- Crear contenido visual y de texto que transmita los mensajes clave y cuente historias que conecten emocionalmente con el público objetivo.
- Crear adaptaciones y diseño de creatividades para las campañas digitales utilizando el material audiovisual y fotográfico existente, y en caso de que se requiera, de nuevos contenidos, de la creación de estos.
- Desarrollar banners y píldoras de vídeo para la difusión de las actividades y acciones de promoción destacadas.

3. **Publicación.** La empresa contratista, tras elaborar el plan editorial y la creación de contenido, se encargará de la publicación de este en los diferentes canales, que incluyen los siguientes respecto a CENTRO KURSAAL-KURSAAL ELKARGUNEA S.A. y PALACIO MIRAMAR:

- Web: sitio web oficial de Centro Kursaal-Kursaal Elkargunea, S.A. y del Palacio Miramar.
- Redes Sociales: Twitter, Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube.
- Correo Electrónico: envío de newsletter y mailings a BBDD de clientes.
- Portales especializados: envío de noticias.
- Canales de comunicación externos con los que tengamos acuerdos o nos den acceso: Eventoplus, Spri, Parke, hospitales...

Además, la empresa contratista realizará el seguimiento y análisis del rendimiento del contenido, monitoreando métricas clave para evaluar el impacto y la efectividad de las publicaciones. Se encargará de enviar reportes periódicos con los resultados, al menos mensualmente. El seguimiento y análisis del rendimiento del contenido permitirá hacer ajustes y mejoras continuas para asegurar que los objetivos de comunicación y marketing de Centro Kursaal-Kursaal Elkargunea, S.A. se cumplan de manera óptima.

Se realizarán reuniones mensuales presenciales de seguimiento en las instalaciones de Centro Kursaal – Kursaal Elkargunea, S.A.

3. MEDIOS HUMANOS

Los servicios objeto de la presente contratación deberán ser prestados por el personal con la debida capacitación, en los términos que se indican en el presente Pliego de Prescripciones Técnicas, en el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares y en su correspondiente Carátula, de conformidad con el plan de trabajo y con la

metodología presentada en su oferta por la empresa contratista, entre la documentación del Sobre 2.

Los licitadores deberán incluir en sus propuestas la relación de medios humanos que se adscribirán, en su caso, a la ejecución del contrato, de conformidad con lo previsto en el punto 10 de la Carátula del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares, así como los medios humanos adicionales que, en su caso, se oferten en el Sobre 2.

La empresa contratista, al inicio de la prestación de los servicios, facilitará a Centro Kursaal-Kursaal Elkargunea, S.A. un fichero en el que se identifique la totalidad del personal adscrito a la ejecución de los servicios objeto del contrato, que deberá corresponderse con los medios humanos mínimos señalados en el punto 10 de la Carátula, así como los adicionales propuestos en su oferta, entre la documentación del Sobre 2. La empresa que resulte adjudicataria del contrato deberá actualizar dicha relación de medios humanos cada vez que el personal que preste los servicios se modifique o altere.