PLIEGO DE BASES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES PARA REDES SOCIALES DE KONTSUMOBIDE

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. Así mismo elabora revistas y contenidos informativos que pone a disposición de las personas consumidoras de manera gratuita.

El uso de las redes sociales de mayor alcance es ya habitual en Kontsumobide, y así Facebook, 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 en la actualidad el uso de Tik Tok. Esta nueva red social, utilizada por el público más joven, está demostrando su nivel de penetración, pero al tiempo resalta la especificidad de su lenguaje, que también se presenta como efectivo en el resto de RRSS.

Tras la puesta en marcha del proyecto piloto Tik Tok y el análisis de sus datos se ha evidenciado la necesidad de construir lenguajes y piezas audiovisuales pensadas específicamente para las RRSS, construir engagement y elaborar un discurso alejado de la formalidad del discurso administrativo, basado en lo audiovisual y que nos permita ampliar la efectividad de nuestra comunicación.

Dentro de este marco KONTSUMOBIDE ha decidido recurrir a empresas especializadas en la generación de contenido audiovisual para RRSS, capaces de adaptar mensajes a los nuevos lenguajes comunicativos y mejorar su efectividad. Se trata de fortalecer la relación de Kontsumobide con el público más joven.

1.- OBJETO.

El objeto del presente expediente es la contratación, por parte de Kontsumobide de una empresa especialista en la generación de contenidos audiovisuales y nuevos lenguajes comunicativos. El objetivo es crear una línea de comunicación que responda a los lenguajes específicos de cada una de las redes sociales, que trabaje y contribuya a la creación de una línea de mensajes coherentes en contenido y forma, y que haga del formato audiovisual el núcleo de dicha línea de mensajes.

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

SERVICIOS DE CREACIÓN AUDIOVISUAL

En el anexo I se recoge el briefing que servirá de base para el desarrollo de la creatividad y la creación de los mensajes a trasmitir

Las producciones se realizarán en euskera y castellano. Para la presentación de la creatividad deberá presentarse versión bilingüe de cada pieza.

El aspecto más importante de la propuesta será el concepto creativo con una explicación de su objetivo, evolución y desarrollo.

En su desarrollo, la propuesta habrá de desarrollar un plan de comunicación, temáticas y por lo menos un vídeo

La empresa deberá presentar una propuesta para cada uno de los formatos, acompañado de un vídeo de muestra.

La empresa deberá tener en cuenta que el trabajo de Kontsumobide en redes sociales no parte de cero. Es larga la trayectoria de este instituto en redes como Facebook, Instagram y Twitter. Aunque la presencia en Tik Tok es más reciente, se ha mostrado como un canal idóneo para contactar con el sector más joven de nuestro público objetivo. El proyecto realizado con Tik Tok nos ha permitido valorar el impacto de mensajes basados en el humor y el contraste forzado y entendemos que esta es una línea de trabajo sobre la que merece la pena profundizar. Por este motivo, en la presentación de los vídeos se atenderá principalmente a su difusión a través de Tik Tok.

La empresa adjudicataria deberá realizar las adaptaciones de los originales para las distintas redes sociales o cualquier otro cuya elaboración guarde especial importancia con el mantenimiento de la coherencia comunicativa de la campaña.

La empresa adjudicataria deberá realizar un dossier explicativo acompañado del material necesario para la presentación de la campaña a medios de comunicación. Se valorará el hecho de acompañar dicho dossier explicativo de una memoria audiovisual; dicho de otra forma, presentar la oferta de la empresa en formato vídeo.

La empresa adjudicataria cederá en exclusiva a Kontsumobide, el ejercicio de los derechos de reproducción, modificación, distribución, comunicación pública y otros derechos de

explotación de la creatividad de la campaña, durante un periodo no inferior a 5 años ni superior a 10.

La empresa adjudicataria deberá establecer, bajo la supervisión de Kontsumobide, procedimientos de coordinación con otras empresas que trabajen o puedan trabajar en un futuro con Kontsumobide.

La empresa adjudicataria emitirá facturas con carácter mensual. La factura deberá detallar el servicio y acompañarse de comprobante.

Durante la vigencia del contrato, la empresa adjudicataria designará una persona de coordinación que sea preferiblemente bilingüe euskera-castellano que esté disponible para Kontsumobide, en caso de necesidades sobrevenidas, y para el cumplimiento del contrato. Se entenderá por horario de trabajo del contrato el horario oficial de Kontsumobide.

La planificación de las publicaciones abarcará la duración del contrato.

Kontsumobide podrá, en un máximo del 30 por ciento, modificar los mensajes y la planificación por necesidades sobrevenidas debiendo avisar con una antelación mínima de 10 días naturales a la empresa adjudicataria.

Todas producciones audiovisuales serán desarrolladas en los tres Territorios Históricos y en los dos idiomas oficiales: euskera y castellano.

3.- RESPONSABILIDADES

La empresa adjudicataria se responsabilizará de la correcta prestación del servicio, en las fechas que se establezcan, en las condiciones establecidas y en la calidad del producto final, mediante seguimiento diario.

En caso de fallo imputable a la adjudicataria será esta quien tenga la responsabilidad de subsanarlo, previa consulta con KB, quien adoptará la decisión última sobre la forma en que ha de subsanarse dicho error. Los costes derivados de dicho error no serán imputables a Kontsumobide en ningún caso.

4.- PRESENTACIÓN DE DOCUMENTACIÓN TÉCNICA

SERVICIOS DE CREACIÓN AUDIOVISUAL

Las licitadoras deberán entregar memoria de campaña con detalle sobre:

- Planificación de la difusión de los contenidos audiovisuales en Tik Tok indicando frecuencia de publicación, modalidad de videos y temáticas.
- Justificación de la adecuación a los públicos sugeridos, tanto en lo solicitado por Kontsumobide como en lo ofertado por la empresa.
- Justificación sobre la idoneidad del lenguaje y el tono empleado. Debemos entender este concepto en su sentido amplio: semántico, audiovisual, web, radiofónico…

- Boceto de aplicaciones infográficas si las hubiera.
- Producción audiovisual tipo de muestra.
- Plan de trabajo.
- Metodología de coordinación con Kontsumobide y con otras empresas colaboradoras.

Kontsumobide podrá solicitar a las empresas participantes en la licitación, la defensa de la propuesta presentada.

Los documentos que se deberán presentar se adjuntan en las bases administrativas, así como en la justificación de los criterios de adjudicación del contrato que tiene por objeto la contratación de "servicios de producción de contenidos audiovisuales para redes sociales de Kontsumobide".

6.- DURACIÓN DEL CONTRATO

El contrato estará en vigor desde el día siguiente a la firma del contrato hasta el 31 de diciembre de 2025, y será prorrogable por un año más.

En Vitoria Gasteiz a 17 de octubre de 2024

Nazareth Holgado Freixo
Unidad de Planificación, Estudios, Formación e Información
Kontsumobide, Instituto Vasco de Consumo

Anexo
Briefing

Objetivo:

• Creación de una línea de comunicación basada en contenidos audiovisuales para RRSS y que tenga su fundamento de apoyo en el humor.

Públicos objetivo:

Personas usuarias de redes sociales con especial incidencia en las usuarias de la red social Tik Tok

Mensaje.

- Se ha valorado la conveniencia de trabajar códigos humorísticos y la fórmula del contraste exagerado.

Además

- Los hábitos de consumo impulsivos dificultan la lucha contra el cambio climático y además provocan mayores conflictos de consumo. Es urgente actuar con criterios de racionalidad y hacerse preguntas al consumir: ¿A quién estoy comprando este producto o contratando estos servicios? ¿Quién ha producido este bien y en qué condiciones? ¿Qué efectos tiene mi consumo?
- Las personas consumidoras también tienen derechos (y deben conocernos para ejercerlos) cuando consumen bienes y servicios a través de páginas webs, apps, redes sociales, y otros medios digitales; o cuando, en general, contratan a distancia y/o a través de intermediarios. La no presencialidad y/o el empleo de tecnologías no exime a las empresas de cumplir con dichos derechos.
- Se trata de llamar la atención y despertar el interés

Período

Duración del contrato.

Redes Seleccionados.

Se trabajará para todas las redes sociales, pero en especial para Tik Tok.

Lenguaje

El lenguaje deberá adecuarse al soporte y al público. En todo caso deberán respetarse las normas lingüísticas y garantizar el bilingüismo, excepto en aquellos medios que se editen o difundan únicamente en euskera, así como el correcto tratamiento del lenguaje inclusivo en aras a contribuir a una mayor igualdad entre hombres y mujeres.

Se valora conveniente el uso de códigos humorísticos.

Formatos

Los formatos serán los propuestos por las empresas ofertantes.

Producción.

La empresa asumirá todos los costes de producción, incluidos la contratación de actores o figurantes si esto fuese necesario.

Derechos de propiedad intelectual

La propiedad de los trabajos quedará en manos de la empresa creadora quien sin embargo cederá su uso a Kontsumobide para utilizaciones distintas a la campaña que nos ocupa sin limitación de frecuencia ni motivos por un periodo no inferior a 5 años, desde la firma del contrato y no superior a 10. La ampliación de la cesión de 5 a 10 años deberá ser solicitada por escrito por Kontsumobide en un plazo no inferior a 15 días antes de la finalización del período de cesión.