PLIEGO DE DESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE ANÁLISIS DE LA ACTIVIDAD DE HAZI EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y ELABORACIÓN DE INFORMES SOBRE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DE HAZI

PRIMERA- OBJETO DEL CONTRATO:

Hazi desea conocer qué imagen proyecta en los medios de comunicación (prensa, radio, televisión,…) y solicita una asistencia técnica que analice dicha información, valore su posicionamiento en relación con las temáticas principales que se tratan en los medios de comunicación y realice propuestas estratégicas que le permitirían un mejor posicionamiento en los medios de comunicación en relación con las cuestiones fundamentales de su ámbito de actuación o de otras cuestiones que parezcan ser relevantes para los medios de comunicación.

El objeto concreto del presente pliego es la contratación de las labores a realizar por la empresa adjudicataria para las siguientes cuestiones:

- Análisis y valoración de la actividad mediática de Hazi.
- Elaboración de informes para planificar la estrategia de comunicación de la entidad.

SEGUNDA- ACTIVIDADES A DESARROLLAR:

1.1 Analizar y valorar la actividad mediática de la corporación Hazi

La empresa adjudicataria deberá prestar los siguientes servicios:

Análisis (cualitativo y cuantitativo) e interpretación de la información. Este análisis comprenderá la información de las noticias relacionadas Hazi, sus servicios, sus productos y sus ámbitos de actuación.

Este modelo de trabajo permitirá desarrollar un proceso de monitorización que transforme en conocimiento la información recogida sobre Hazi y su entorno de trabajo y que facilite además la toma de decisiones en materia de comunicación.

La empresa adjudicataria realizará un análisis detallado y estudiará aquellas noticias que tengan que ver con HAZI (su liderazgo, sus actuaciones o su imagen pública) y con los ámbitos operativos y estratégicos que integran su identidad. Sobre esta selección realizará un análisis cuantitativo y cualitativo que permita conocer al menos:

- La imagen que proyecta Hazi y el tratamiento informativo que recibe desde los medios de comunicación.
- La posición de los ámbitos de actuación de Hazi con respecto a los temas de referencia presentes en la actualidad informativa.

- Establecerá unos indicadores de seguimiento cuantitativo y cualitativo. Para ello la empresa licitante deberá incluir una propuesta en su oferta técnica.
- Seguimiento de todo tipo de acontecimientos puntuales que requieran un tratamiento pormenorizado, así como de sus protagonistas y la forma en que son retratados por los medios.

En definitiva, se quiere sistematizar, procesar, jerarquizar, y analizar las informaciones relacionadas con los temas de interés de la Fundación Hazi.

1.2 Elaboración de informes para planificar la estrategia de comunicación de la entidad.

La empresa adjudicataria deberá presentar los siguientes informes:

- Informe anual de 2024 para realizar un seguimiento y evaluación de sus informaciones en los medios, facilitando de esta manera claves para una presencia más estructurada y planificada, facilitando la toma de decisiones en materia de comunicación.

    - ✓ Este informe hará un desarrollo especial en los contratos de patrocinios de HAZI: pelota, Eusko Label Liga, Aizkora, Eusko Label Winter serie, Itzulia y Klasikoa y Zegama Aizkorra.
    - ✓ Se hará una diferenciación en los indicadores más importantes en dos periodos: antes y después del nuevo gobierno vasco.

- Informes 2025: la empresa adjudicataria deberá presentar semestralmente dos informes sobre algún producto o proyecto, un informe anual y 3 informes específicos para el seguimiento y evaluación de sus informaciones en los medios de comunicación. De esta forma, serán claves para una presencia más estructurada y planificada, facilitando la toma de decisiones en materia de comunicación.

Se espera que dichos documentos se caractericen por el rigor técnico de las Informaciones contenidas pero que se redacte de manera clara y comunicativa.