

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE GABINETE DE COMUNICACIÓN DEL CONSORCIO RUTA DEL VINO RIBERA DEL DUERO. EXPEDIENTE: 82/2025

1. OBJETO DEL CONTRATO.

El Consorcio Ruta del Vino Ribera del Duero (en adelante el Consorcio) considera que la comunicación institucional es fundamental para difundir, promocionar y poner en valor las actividades que desarrolla el Consorcio, tanto a los/as usuarios/as de sus servicios, como a los agentes implicados en las actuaciones, y en general a toda la ciudadanía.

Del mismo modo, se pretende fomentar el posicionamiento del Consorcio como generadora de actuaciones de desarrollo comarcal, empleo, formación y asesoramiento empresarial, así como su labor principal que es la promoción turística del ámbito de actuación del Consorcio, el cual es coincidente con el marco de la Denominación de Origen Ribera del Duero.

El objeto del contrato es la contratación de un gabinete de comunicación que asuma la comunicación institucional del Consorcio con la finalidad de crear una imagen homogénea del Consorcio y una estrategia comunicativa global acorde a los objetivos marcados por la entidad desde el punto de vista turístico.

Clasificación CPV:

72000000: Servicios TI consultoría, desarrollo de software, Internet y apoyo
92400000-5: Servicios de agencia de noticias
79340000-9: Servicios de publicidad y de marketing
79416000-3: Servicios de relaciones públicas

2. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO.

El presente contrato, incluye, además de una estrategia de comunicación, el desarrollo de otras acciones en materia de comunicación con las especificaciones que se detallan a continuación:

Gabinete de prensa.

- o Gestión de la comunicación y definición de la estrategia de comunicación: objetivos a alcanzar, público objetivo, elaboración de mensajes clave, acciones a desarrollar y plan de seguimiento de resultados obtenidos.
- o Redacción y difusión de notas de prensa, al menos, una al mes.
- o Elaboración de informes de impacto económico y publicitario de las acciones gestionadas.
- o Elaboración y difusión de convocatorias de ruedas de prensa,



- incluyendo la gestión de las relaciones con la prensa y la recepción y envío de requerimientos de medios de prensa tradicionales y alternativos.
- o Elaboración periodística de entrevistas, reportajes, dossiers, informes o mailings para medios de prensa y canales propios en todas sus fases: presentaciones y eventos, seguimiento de los proyectos más significativos, valoraciones de impacto social, conclusiones e informes finales de gestión. Igualmente, a aquellos hitos informativos que conforman la actualidad del territorio.
 - o Elaboración de un calendario mensual de hitos reseñables sobre la base de las actividades del Consorcio.
 - o Elaboración de un boletín de noticias o newsletter de carácter mensual con las noticias más relevantes del Consorcio, para su distribución digital.
 - o Elaboración del clipping mensual con los impactos en prensa, audiovisual y digital.
 - o Elaboración de los discursos, artículos, prólogos, guiones y contenidos similares para intervenciones en eventos, publicaciones y otros medios que Consorcio determine.
 - o Captación de entrevistas, colaboraciones y reportajes en medios de comunicación.
 - o Cobertura fotográfica y audiovisual de los actos de prensa y firmas de convenios, así como de eventos de relevancia para su distribución a prensa y su publicación en canales propios. La empresa adjudicataria se encargará del guion, la realización, la creación de elementos infográficos, la locución y la inclusión de subtítulos cuando sea necesario.
 - o Coordinación con los gabinetes de prensa y comunicación de los ayuntamientos de la comarca de la Ribera del Duero y de instituciones como la Excma. Junta de Castilla y León y las cuatro diputaciones provinciales vinculadas a la demarcación de actuación (Burgos, Segovia, Soria y Valladolid). Así mismo, velará por mantener una relación fluida con los departamentos de comunicación y/o promoción de las entidades y agentes territoriales, así como entidades en las que el Consorcio participe, por ejemplo, Rutas del Vino de España, Sicted o Biosphere, entre otros.
 - o Elaboración de textos creativos (copys) para anuncios y documentos promocionales. Los contenidos podrán versar sobre informaciones de actualidad e igualmente sobre todos los recursos y productos turísticos que puedan ser de interés para los destinatarios de la comarca, como noticias, ofertas turísticas, etc., tratados previamente con la Gerencia.
 - o Asesoramiento al Consorcio en su relación con los medios de comunicación y en comunicación de crisis.

Eventos organizados por el Consorcio o con su participación



relevante.

- o En un tiempo inferior a 24 horas desde la realización del evento, se entregarán, como mínimo, un número de fotografías, no inferior a 6, y al menos 1 vídeo. La resolución de las fotografías será, como mínimo, suficiente para ser reproducidos en redes sociales, siendo las dimensiones, relación, duración y peso, las recomendadas para cada una de las redes.
- o Las fotografías deberán librarse a la Gerencia de la Entidad para el fondo de imágenes y la memoria final.
- o Los actos se cubrirán de lunes a domingo, hasta un máximo de 15 actos anuales, según la planificación establecida por la Entidad. Los gastos de desplazamiento y dietas correrán a cargo de la empresa adjudicataria.
- o El servicio de cobertura de actos se prestará en los lugares o dependencias que indique la Entidad, tanto en la comarca como fuera de ella. Asimismo, se contemplarán también tantos eventos, reuniones, congresos, foros, acciones promocionales, ruedas de prensa, presentaciones, *famtrips*, *presstrips*, y otros, como se consideren estratégicos para la Entidad.
- o La empresa adjudicataria asesorará, gestionará y organizará los actos dirigidos a los medios de comunicación, tales como ruedas de prensa y sesiones informativas. En todo caso estas acciones requerirán de cobertura presencial obligatoria por parte de la empresa adjudicataria. También se requerirá la cobertura presencial de la empresa adjudicataria cuando Consorcio organice o participe en actos o eventos susceptibles de atraer la atención de los medios de comunicación.

Redes Sociales y web.

- o Dinamización y supervisión de los distintos perfiles del Consorcio en Facebook, X, Instagram, Youtube, Linkedin, Google My Business y *feed* de Podcast.
- o La intensidad de las publicaciones en redes sociales será, al menos:
 - Facebook: 3 publicaciones entre el lunes y viernes y 1 en fin de semana; 4 stories semanales, 2 reels, 1 actualización de *cover* por estación, 2 actualizaciones de *cover* por hito destacado (Semana Santa y Sonorama-Ribera)
 - Instagram: Mismo patrón que para Facebook pero atendiendo a la tipología de contenido que esta red social requiere
 - X: 3 publicaciones propias diarias entre el lunes y viernes y una propia en fin de semana; sin límite de *retuiteos* o *repost*; mismo patrón de actualización de *cover* que en anteriores.
 - Youtube: 1 vídeo compartido mensualmente de forma rotativa entre las redes, a contar del banco existente en el canal; actualización de vídeos nuevos cuando la Ruta disponga de ellos; mismo patrón respecto a los *cover*.
 - Google My Business: 2 actualizaciones mensuales coincidentes con la publicación de nuevo post en el blog; 1 actualización coincidente con el *repost* de blogs anteriores; 1 actualización



mensual coincidente con difusión de nota de prensa o similar.

Linkedin: al menos, mismo patrón que Google My Business.

- o Gestión de la compra de alcance para las redes sociales de Consorcio y contratación campaña de Social Ads, a través Facebook Ads y Ads en Instagram y X. **La inversión en redes sociales deberá ascender a 1.000 euros al año, IVA incluido. La empresa adjudicataria será la responsable de gestionar y pagar la compra de alcance, siguiendo las instrucciones de la Entidad.**
- o Publicación de las notas de prensa y contenido relacionado en la sección noticias, agenda y experiencias de la web.
- o Blog. Al menos dos posts al mes de temáticas distintas y contenido propio.
- o Agenda y experiencias. Actualización semanal.
- o Adheridos y asociados. Actualización del contenido de sus fichas y creación de fichas nuevas en caso de altas y/o bajas.
- o Podcast. Actualización de *feed* cuando el Consorcio disponga de material nuevo y difusión de este en los distintos perfiles de redes, entre otros.
- o Realización de un informe mensual sobre la evolución de las visitas a la web.
- o Realización de un informe mensual sobre las métricas en redes sociales y resultado de la inversión realizada.
- o Realización de un informe mensual sobre la inversión realizada en cada red social.
- o Envío a ACEVIN (Rutas del Vino de España) un boletín mensual con las actividades y experiencias Enoturísticas más relevantes. En especial hitos anuales como Fiesta de la Vendimia, Mes del Enoturismo o vendimia.

Presencialidad.

- o Reunión presencial la sede del Consorcio, al menos, una vez cada 15 días o el tiempo ofertado por la empresa (que deberá ser superior).
- o Reunión online, al menos, una vez a la semana, a coordinar con el equipo del Consorcio.
- o Asistencia telemática (E-mail y teléfono) de lunes a domingo en el horario laboral coincidente con el Consorcio.

Base de datos.

La empresa adjudicataria recopilará y elaborará una base de datos (en lo sucesivo, "BBDD") de medios de comunicación, periodistas y líderes de opinión (articulistas, opinadores, columnistas, analistas informativos, etc.) relacionados con los sectores estratégicos de Consorcio tanto offline (TV, radio, prensa escrita) como online (blogs, webs informativas, medios electrónicos, influencers), que pondrá a disposición de la Entidad a la semana de la formalización del contrato y que será actualizada de manera periódica.



La BBDD contendrá la siguiente información: Dirección web, Nombre y Apellidos de la persona de contacto, Sección, Programa, Medio, Teléfono y Correo Electrónico. Sin perjuicio de que puedan contenerse otras informaciones específicas en función de la base de datos y que puedan ser de utilidad, como la temática de que habla un articulista o los programas o espacios en que trabaja, si se ha mantenido alguna colaboración con él/ella, entre otros.

La actualización y mantenimiento de la BBDD corresponderá al adjudicatario y será una herramienta compartida de manera que Consorcio tendrá acceso a esa BBDD en todo momento.

Convocatorias y comunicados.

La empresa adjudicataria deberá redactar y enviar convocatorias y comunicados (notas) de prensa a los medios de comunicación con copia a la Gerencia de la Entidad. En la base de datos se deben reflejar las comunicaciones enviadas diferenciando los medios de comunicación, esto es, agencias de prensa, medios offline (periódicos, revistas, etc.), medios online, radio y televisión. Las comunicaciones por enviar se definirán en función de la actualidad informativa de Consorcio y los hechos noticiables que se generen, por lo que no se preestablece una cifra cerrada de envíos.

Asimismo, deberá llevar a cabo todas las tareas necesarias para optimizar su difusión durante y después de los actos organizados y/o notas de prensa enviadas, al objeto de maximizar el impacto en su repercusión en los distintos medios de comunicación locales, comarcales, provinciales y autonómicos.

Documentación y dossiers de prensa.

La empresa adjudicataria elaborará los dossiers de prensa, presentaciones y documentos de todo tipo con información corporativa, tanto en formato online como offline, de las diferentes iniciativas de Consorcio, cuando sea solicitado y en todas las ocasiones en las que se celebre un acto con periodistas (ruedas de prensa, entrevistas, visitas, reuniones informativas, etc).

La empresa adjudicataria se encargará de diseñar todo el material de los dossiers, así como mantenerlos actualizados. También será su responsabilidad repartirlos entre los diferentes medios que asistan a las convocatorias o actos.

Banco audiovisual.

La adjudicataria tendrá que proveer de fotografías y vídeos de, al menos, 3 temáticas que se necesiten para cubrir los distintos productos turísticos. Las temáticas serán acordadas entre la agencia y el Consorcio en la primera reunión tras la formalización. Cada sesión contendrá, al



menos 15 fotografías en diversos formatos para su adaptación a los distintos soportes y también 5 piezas de micro vídeo (tipo reel) que sirvan para su promoción fundamentalmente en redes sociales.

Servicio de Press Clipping.

Impactos propios: La empresa adjudicataria proporcionará y gestionará un servicio de seguimiento de prensa y digital, radio, TV, web y redes sociales de las informaciones que aparezcan sobre Consorcio y la marca territorio en cualquier medio de comunicación. Los resultados deberá enviarlos a la lista de personas o grupos de personas designadas por Consorcio y en el formato definido por la entidad en el mínimo tiempo posible, no pudiendo ser superior a una semana desde la publicación.

Impactos del sector: La empresa adjudicataria proporcionará y gestionará un servicio de seguimiento de prensa y digital sobre Consorcio en cualquier medio de comunicación. Los resultados deberá enviarlos a la lista de personas o grupos de personas designadas por Consorcio y en el formato definido por la entidad, una vez por semana.

Informes mensuales y anuales

La empresa adjudicataria elaborará y presentará resúmenes o informes periódicos (mensual y anual, según solicitado por Consorcio) de todas las acciones con los medios y su impacto, oportunamente cuantificado y detallado. Estos informes también recogerán el impacto en las redes sociales y el desempeño en la web (áreas de noticias, blog, Newsletter, experiencias).

Los informes incluirán siempre un análisis de la repercusión mediática. La principal manera de medir los resultados del cumplimiento de los objetivos por parte del adjudicatario es a través de la medición de la cobertura conseguida. El contenido final de dichos informes se acordará entre Consorcio y el adjudicatario.

A la finalización de la prestación del servicio, la empresa adjudicataria elaborará un informe-memoria de evaluación de las acciones llevadas a cabo, detallando los resultados de las acciones, según los objetivos propuestos, que incluya recomendaciones en relación con la estrategia de comunicación.

3. PLAZO DE EJECUCIÓN.

El contrato tendrá una duración de DOS (2) años a contar desde el día de su formalización. Se prevé 1 prórroga más, por un periodo de un (1) año.

4. ENTREGABLES.



ENTREGABLE	PLAZO
Planificación	1 semana desde formalización
Base de datos	1 semana desde formalización
Clipping	Semanal y Mensual
Informe web	Mensual
Memoria final	A la finalización del contrato

5. EQUIPO TÉCNICO.

ORGANIZACIÓN: La empresa adjudicataria dispondrá de una organización con elementos personales y materiales suficientes para la correcta ejecución del contrato.

TRAYECTORIA EMPRESARIAL: La empresa adjudicataria deberá acreditar su experiencia profesional mínima de 5 años, en la prestación de servicios a organismos y entidades vinculadas al desarrollo enoturístico.

RECURSOS HUMANOS: En el apartado de recursos humanos, la empresa deberá contar con personal suficiente y cualificado para las tareas que se deben desarrollar en la ejecución del presente contrato. Entre los cuales deberá contar, al menos, con un director de cuenta, un social media manager y un experto en diseño gráfico y audiovisual. Estos perfiles no podrán ser simultaneados por una misma persona.

LENGUA DE USO: La empresa adjudicataria deberá tener capacidad para desarrollar su trabajo en castellano e inglés, en el caso de que sea necesario.

LENGUAJE INCLUSIVO: La empresa adjudicataria utilizará en sus comunicaciones un lenguaje adecuado para todas las personas, adaptando los contenidos cuando así sea necesario para poder dirigir los mensajes correctamente a todas las personas que puedan conformar la audiencia del Consorcio, sea cual sea su género, procedencia, religión o capacidades.

6. CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN

Para la valoración de las proposiciones y la selección de la mejor oferta, de conformidad con lo establecido para los contratos de servicios en el artículo 145.3, apartado letra g), en concordancia con el 159.1, b), ambos de la Ley de Contratos del Sector Público, se aplicarán los criterios de adjudicación que seguidamente se determinan con sus respectivas ponderaciones:

Nº	CRITERIOS	PUNTOS
1	Criterios de la oferta económica	30
2	Criterios matemáticos	25
3	Criterios que dependen de juicio de valor	45
	Total	100



- **Criterios de la oferta económica. Hasta 30 puntos que se otorgarán aplicando al precio ofertado la siguiente fórmula:**

$$Po = P_{\text{máx}} \times (PI - Of) / (PI - Oe)$$

Donde:

Po = Puntuación obtenida.

Pmáx = Puntuación máxima posible.

PI = Precio de licitación.

Of = Oferta realizada.

Oe = Oferta más económica.

- **Criterios matemáticos. Hasta un máximo de 25 puntos que se otorgarán en base a:**
 - o Listado de trabajos realizados durante los últimos 3 años que estén directamente relacionados con cuentas de marcas de turismo. 3 puntos por cada trabajo acreditado por el cliente hasta un máximo de 15 puntos.
 - o Clientes actuales vinculados con turismo y/o enoturismo. Un punto por cada cliente certificado hasta un máximo de 5 puntos.
 - o Años de experiencia en el sector turístico. Un punto por cada cinco años de experiencia hasta un máximo de 5 puntos.

7. CONTENIDO DE LAS OFERTAS

Las empresas licitadoras deberán aportar la siguiente documentación en dos **sobres o** archivos electrónicos (Ver más información en el PCAP):

SOBRE A. OFERTA ECONÓMICA Y CRITERIOS AUTOMÁTICOS

- o Modelo de oferta económica del pliego de cláusulas administrativas particulares.
- o Trabajos realizados en los últimos 3 años
- o Años de experiencia

SOBRE B. CRITERIOS QUE DEPENDEN DE JUICIO DE VALOR Y DOCUMENTACIÓN ADMINISTRATIVA

- o Modelo de declaración responsable del pliego de cláusulas administrativas particulares.
- o Modelo compromiso de adscripción de medios del pliego de cláusulas administrativas particulares.
- o Memoria técnica que no superará las 20 hojas en fuente Calibri o similar tamaño 12 y que referirá los criterios puntuables, además de un ejemplo de planificación de comunicación de cualquier mes del año, de tal forma que



pueda identificarse el contenido propuesto para cada soporte o perfil, con una distribución de hitos adecuada para mantener un grado constante de comunicación en el periodo expuesto, pudiendo proponerse patrones de repetición por tipo de acción.

8. SEGUIMIENTO Y GESTIÓN DEL PROYECTO Y OTRAS OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA.

La dirección, seguimiento, control y decisión última de los trabajos corresponderá a la Gerencia del Consorcio.

- o Para la correcta dirección del trabajo, el Consorcio trabajará en coordinación con la empresa adjudicataria del Plan de Comunicación, Marketing y Publicidad, manteniendo las directrices básicas estipuladas por el Consejo de la Ruta del Vino Ribera del Duero.
- o El adjudicatario no podrá realizar ninguna variación sin la autorización expresa del Consorcio.
- o Todos los trabajos deberán seguir las características del apartado segundo del presente Pliego.
- o Cualquier circunstancia imprevista deberá ser comunicada y, en su caso, aprobada por el Consorcio.
- o Durante la ejecución de los servicios objeto del contrato, la empresa adjudicataria se compromete a facilitar la información y documentación que se solicite para disponer de un pleno conocimiento de las circunstancias en que se desarrollan los trabajos, así como los eventuales problemas que puedan plantearse y de los métodos y herramientas utilizados para resolverlos.

9. TITULARIDAD DE LOS DERECHOS SOBRE LOS RESULTADOS

La empresa adjudicataria reconocerá expresamente al Consorcio los derechos de uso y económico sobre los resultados de los objetos del contrato.

El adjudicatario acepta que el contenido del material, sobre el que se tenga derecho de titularidad, sea de titularidad del Consorcio, cediendo todos los derechos de uso y económicos sobre documentos, trabajos, fotografías, vídeos y demás material que se elabore.

Asimismo, la empresa adjudicataria se compromete a conservar de forma segura todos los materiales producidos por y para el Consorcio durante un periodo mínimo de 5 años, una vez concluida la campaña, pudiendo el propio Consorcio reclamarlos siempre y cuando estime oportuno durante dicho periodo de tiempo.

La empresa adjudicataria y el personal asignado a la ejecución del contrato no podrán en ningún caso utilizar la información o documentación generada a la que tenga acceso para un fin distinto del indicado en el contrato.

Así mismo, guardarán secreto profesional sobre toda la documentación a la que se tenga acceso durante la vigencia del presente contrato, quedando obligado a



no enajenar o hacer pública la información que conozca en el marco de este. Igualmente, la empresa adjudicataria deberá cumplir lo establecido en Ley 3/2018 de 5 de diciembre de Protección de Datos Personales y Garantía de los Derechos Digitales.

10. PRESENTACIÓN DE OFERTAS

PRESE

Las ofertas deberán presentarse mediante en la sede electrónica de contratación del Consorcio Ruta del Vino Ribera del Duero, accediendo a través de <https://central.burgos.es/>

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE

