

EXPO: 37-2024

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS Y CONDICIONES PARTICULARES PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE “DISEÑO, PRODUCCIÓN, GRABACIÓN, EDICIÓN Y DIFUSIÓN DE UN PROGRAMA DE VIDEOPODCAST QUE VISIBILICE EL PAPEL DE LAS MUJERES Y JÓVENES EN EL MEDIO RURAL DENTRO DEL SECTOR ENOTURÍSTICO DE LA RUTA DEL VINO RIBERA DEL DUERO” EN EL MARCO DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA – FINANCIADO POR LA UNIÓN EUROPEA, NEXTGENERATIONEU.



ÍNDICE

1. ANTECEDENTES	3
2. MARCO NORMATIVO Y FINANCIERO	5
3. OBJETO DE CONTRATO	5
4. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	5
5. PLAZO DE EJECUCIÓN	9
6. ENTREGABLES PREVISTOS	9
7. EQUIPO TÉCNICO	10
8. CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN	10
9. OBLIGACIONES DE COMUNICACIÓN	14
10. SEGURIDAD, CONFIDENCIALIDAD Y PROPIEDAD INTELECTUAL	14



1. ANTECEDENTES

La Ruta del Vino Ribera del Duero es una de las 35 Rutas del Vino existentes en España, perteneciente al proyecto ACEVIN. Formada por 96 pueblos, 7 asociaciones y 227 servicios turísticos adheridos, se trata de una entidad de gestión y promoción turística que tiene por objetivo el desarrollo del turismo en su territorio. Con más de 282.918 visitas a bodegas (Informe Visitas a Bodegas y Museos de Acevin 2023) es una de las principales rutas del vino de España, habiendo convertido así al turismo en una importante actividad económica en la zona, ya sea como complemento de industrias agroalimentarias, como es el caso de las bodegas, así como permitiendo el desarrollo y consolidación de empresas turísticas necesarias para la configuración de un sistema turístico. Todo este desarrollo, llevado a cabo desde el año 2006, ha convertido a la Ruta del Vino en un importante agente dinamizador socioeconómico de la zona, por lo que este ente tiene la misión de mejorar su gestión y promoción para permitir seguir asegurando un desarrollo turístico sostenible y un modelo turístico eficiente y competitivo.

El modelo de gestión de la Ruta del Vino de Ribera del Duero viene dado por un modelo de gestión proveniente de ACEVIN en el Manual de Producto, el cual asegura y garantiza la transformación de un territorio agrícola en un destino turístico por medio de una gestión turística liderada por una entidad público-privada, unos niveles altos de calidad de servicio, una especialización y tematización en torno al vino y una promoción conjunta vinculada a una marca paraguas de gran potencia, como es la de Ribera del Duero. Este modelo de gestión es común a todas las Rutas del Vino de España, mostrando así su validez como modelo de desarrollo en territorios vitivinícolas.

En el año 2021, la Ruta del Vino Ribera del Duero fue beneficiaria de un Plan de Sostenibilidad Turística en Destino con una asignación de 1.825.550,00 €. Este plan surge como respuesta a los efectos económicos y sociales de la pandemia causados por la COVID-19, y con el objetivo de asegurar que las economías emprendan una transición ecológica y digital para volverse más sostenibles y resilientes. Para lograrlo, la Unión Europea adoptó el Reglamento (UE) 2020/2094 del Consejo el 14 de diciembre de 2020, mediante el cual se establece el Instrumento de Recuperación de la Unión Europea, y el Reglamento (UE) 2021/241 del Parlamento Europeo y del Consejo, fechado el 12 de febrero de 2021, que establece el Mecanismo de Recuperación y Resiliencia.

En el marco de los citados Reglamentos, el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia de España, con financiación del Mecanismo de Recuperación y Resiliencia, se configura como un instrumento orientado a



mitigar los impactos de la pandemia provocados por la COVID19, así como a transformar la sociedad con los objetivos de modernizar el tejido productivo, impulsar la “descarbonización” y el respeto al medio ambiente, fomentar la digitalización y la mejora de las estructuras y recursos destinados a la investigación y formación.

A través del Componente 14 del mencionado Plan: “Modernización y Competitividad del Sector Turístico”, Inversión 1, se incluye la línea de inversión de Transformación del modelo turístico hacia la sostenibilidad, que a su vez incluye la submedida 2 relativa al Programa Extraordinario de Planes de Sostenibilidad Turística en Destino (C14.I1), como mecanismo de cooperación entre los tres niveles de la Administración, Administración General del Estado, Comunidades Autónomas y Entidades Locales.

Los Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos son unos programas que se desarrolla en el marco de la “Estrategia de Sostenibilidad Turística en Destinos”, dentro de la línea del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR) financiado por los fondos europeos Next Generation UE. El PRTR surge como respuesta a los retos de los próximos años y que marca la hoja de ruta para la modernización de la economía española tras la pandemia mundial de la Covid-19. Está basado en la Agenda 2030 y en los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU.

Por tanto, el Plan de Sostenibilidad Turística en Destino de la Ruta del Vino Ribera del Duero va dirigido a incrementar la sostenibilidad y la capacidad operativa de las entidades locales y de los gestores de los destinos. Este programa ayudará a articular planes de acción locales que incorporen actuaciones en respuesta a esta crisis, que mejoren la sostenibilidad y que, en estrecha colaboración con el sector privado, permitan recuperar, mantener y atraer la demanda turística.

Este plan incluye dieciséis medidas enfocadas a la transición ecológica, la mejora de la eficiencia energética, la digitalización y actuaciones en el ámbito de la competitividad que contribuirán al desarrollo turístico de la comarca con la sostenibilidad como base estratégica.

Dentro del Plan de Sostenibilidad Turística de la Ruta del Vino de Ribera del Duero, en el eje de competitividad, se recoge la actuación número 11 dirigida a la implementación de políticas de igualdad de género y fomento del empleo juvenil en el ámbito rural del territorio que comprende la Ruta del Vino Ribera del Duero.



2. MARCO NORMATIVO Y FINANCIERO

El presente contrato, forma parte del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia financiado por la Unión Europea– NextGenerationEU.

En consecuencia, serán de aplicación lo dispuesto en el Real Decreto Ley 36/2020, de 30 de diciembre, por el que se aprueban medidas urgentes para la modernización de la Administración Pública y para la ejecución del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (RDL 36/2020) en materia de contratación y en la Orden HFP/1030/2021, de 29 de septiembre, por la que se configura el sistema de gestión del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, modificada por la Orden HFP55 /2023 de 24 de enero, relativa al análisis sistemático del riesgo de conflicto de interés en los procedimientos que ejecutan el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

El presente proyecto no podrá recibir ayuda de otros programas e instrumentos de la Unión.

3. OBJETO DE CONTRATO

El objeto del presente Pliego de Prescripciones Técnicas particulares, en adelante PPT, es la prestación del servicio para la conceptualización, producción, grabación, edición y difusión de un programa de videopodcast centrado en el papel de la mujer y los jóvenes en el sector enoturístico de la Ruta del Vino Ribera del Duero.

El objetivo del programa será abordar y visibilizar la brecha laboral de género y promover el empleo juvenil en el sector, mediante la creación de contenido audiovisual de calidad que fomente el interés y la sensibilización hacia estas temáticas, asegurando su difusión en plataformas digitales y redes sociales para alcanzar el mayor impacto posible.

Este contrato será financiado por la Unión Europea a través del Mecanismo de Recuperación y Resiliencia-NEXTGENERATIONEU, instrumento financiero de la inversión C14.II del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (en adelante, PRTR) del Gobierno de España.

4. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

El servicio objeto del contrato incluye **el diseño, producción, grabación, edición y difusión de un programa de videopodcast** que visibilice el **papel de las mujeres y jóvenes** en el medio rural dentro del **sector enoturístico** de la Ruta del Vino Ribera del Duero. Este proyecto pretende destacar iniciativas que contribuyan a retener el talento femenino, reducir la brecha de género, y



fomentar oportunidades de empleo juvenil en el sector. La propuesta se desarrollará en fases, integrando todos los elementos necesarios para garantizar un producto de alta calidad, tanto en formato audiovisual como de audio tradicional.

Fase 1: Conceptualización y preparación

- **Definición del concepto creativo:** Creación de un enfoque temático y narrativo que una la visibilización del talento femenino y juvenil con el enoturismo en el medio rural. Propuesta de un título y diseño de un **logo o claim** alineado con la imagen corporativa de la Ruta del Vino Ribera del Duero.
- **Desarrollo de una cabecera musical original:** Creación de una pieza sonora que identifique el programa y refuerce su identidad.
- **Planificación del programa:**
 - o Temporada de mínimo de 10 episodios, con una duración de 20 a 40 minutos por capítulo.
 - o Definición de los contenidos y selección de invitados relevantes para cada episodio: mujeres trabajadoras del sector, jóvenes talentos locales, expertas en enoturismo, etc.
- **Diseño del entorno de rodaje:** Creación de un espacio estable de grabación que incluya la visibilidad destacada de los logos institucionales y la identidad visual del destino. El espacio será cedido por el Consorcio Ruta del Vino Ribera del Duero en la provincia Valladolid y/o Burgos. Sin embargo, corresponderá a la empresa adjudicataria el dotar de contenido técnico, audiovisual y estético para el desarrollo de los programas.

Fase 2: Producción y grabación

- **Rodaje del videopodcast:** Grabación profesional de los episodios en un entorno fijo previamente definido junto al Consorcio Ruta del Vino Ribera del Duero. Una única persona conductora será responsable de la presentación para garantizar la coherencia en el estilo del programa.
- **Episodios especiales y episodio de cierre de temporada:** Realización de cuatro de los diez episodios mínimos en lugares emblemáticos de la Ruta del Vino (viñedo, museo, sala de bodega, etc.), que podrán grabarse en directo con público. Uno de ellos será el episodio de cierre de temporada. Los cuatro capítulos deberán realizarse en cuatro lugares emblemáticos diferentes entre sí.



- **Conversión a audio:** Adaptación de los episodios al formato tradicional de podcast para facilitar su distribución en plataformas de solo escucha.
- **Subtitulado de los episodios:** Inclusión de subtítulos en todos los episodios para garantizar accesibilidad y alcance a audiencias diversas. Asimismo, se valorará cualquiera otra iniciativa de accesibilidad universal para llegar a todo tipo de público.

La empresa adjudicataria deberá hacerse cargo de la prospección, identificación y autorizaciones de accesos a los lugares de grabación, así como del traslado y gestión del material audiovisual necesario, procesos que deberán contar también con el visto bueno del Consorcio antes de su aprobación definitiva.

Asimismo, la empresa adjudicataria deberá gestionar las declaraciones de cesión de uso de imagen de las personas invitadas con fines promocionales.

Fase 3: Edición y postproducción

Edición profesional: Ajuste de video, sonido, música propia de cabecera y subtítulos para un resultado final de alta calidad. Se establecen los siguientes parámetros:

- **Resolución y formato de vídeo**
 - Resolución mínima de 1080p (Full HD) (1920x1080 px).
 - Relación de aspecto: 16:9 (estándar para YouTube y plataformas de streaming).
 - Formato de archivo: MP4
- **Fotogramas por segundo (FPS)**
 - Mínimo: 24 fps (cinemático).
 - Recomendado: 30 fps (fluidez estándar para podcasts y entrevistas).
- **Calidad de sonido**
 - Formato de audio: AAC o WAV (preferible si se editará por separado).
 - Frecuencia de muestreo: 48 kHz.
 - Tasa de bits de audio: Mínimo 128 kbps, recomendado 320 kbps para mayor claridad.
 - Uso de micrófonos profesionales con reducción de ruido.
 - Evitar compresión de audio excesiva para no perder calidad
- **Iluminación y estética**
 - Iluminación bien equilibrada a través del uso de luces de relleno, principales y de fondo.



- Evitar sombras fuertes.
- Balance de blancos: Ajustado según la temperatura de color del entorno.
- Fondos cuidados: Preferiblemente neutros o temáticos
- **Estabilidad y composición**
 - Uso de trípodes o estabilizadores para evitar temblores.
 - Encuadre centrado y ojos en la línea de tercios.

Imagen corporativa: Creación de una imagen corporativa del podcast e integración de elementos gráficos y animaciones que refuercen la identidad del podcast y el destino.

Fase 4: Distribución y promoción

- **Difusión en plataformas digitales:** Publicación de los episodios en las principales plataformas de videopodcast y podcast, como YouTube, Spotify, iVoox y Spreaker, entre otras. La empresa adjudicataria será responsable de crear y gestionar los canales necesarios para la difusión del contenido. Además, deberá coordinarse con la empresa de comunicación de la Ruta del Vino Ribera del Duero, proporcionando el material final junto con instrucciones claras y detalladas para garantizar una publicación adecuada y alineada con la estrategia de difusión del proyecto.
- **Promoción Online:** Creación de una campaña de promoción (incluyendo campañas de ADS en redes sociales) para mejorar la visibilidad del programa. Se establece un mínimo de una campaña al inicio y una por episodio.
- **Presentación a certámenes y premios:** Obligación de presentar el programa a premios especializados para potenciar su impacto mediático. Se establece un mínimo de 3 candidaturas.

Fase 5: Informe de resultados

- Presentación de un **informe final** que incluya diferentes Indicadores de impacto, tales como reproducciones, interacciones en redes sociales, alcance de la campaña, etc.



5. PLAZO DE EJECUCIÓN

El plazo de ejecución del contrato será de **5 meses** desde la firma del contrato.

6. ENTREGABLES PREVISTOS

A continuación, se detallan los entregables y los plazos para cada uno de ellos:

ENTREGABLE	DESCRIPCIÓN	PLAZO
Conceptualización y planificación	Documento detallado que incluya la conceptualización del programa, el enfoque temático, la planificación de episodios, cronograma, objetivos del proyecto y estrategias de difusión	14 días desde la firma del contrato.
Guiones de capítulos	Guion de cada uno de los capítulos.	Con un mínimo de una semana de antelación a la grabación de los episodios.
Videopodcast	Material audiovisual profesional correspondiente a cada episodio del programa, incluyendo subtítulos, logotipos visibles (Ruta y financiación), música de cabecera y conversión a pista de audio. La entrega deberá estar adaptada para publicación en plataformas específicas (YouTube, Spotify, etc.) y acompañada de instrucciones claras para su difusión.	Al menos 4 días antes de la fecha de publicación prevista para cada episodio.
Informe final	Informe exhaustivo que incluya indicadores clave de rendimiento (KPI), tales como número de reproducciones, interacciones en redes sociales, alcance total de la campaña, posicionamiento en	A la finalización del contrato



	plataformas, y recomendaciones finales para futuras ediciones.	
--	--	--

7. EQUIPO TÉCNICO

Para presentar oferta y acreditar la solvencia técnica o profesional se deberá contar con los siguientes perfiles:

- **Director/a del Proyecto** que supervise la conceptualización, planificación, grabación y edición del programa; coordine al equipo; y garantice el cumplimiento de plazos y calidad. Deberá estar en posesión de titulación universitaria en comunicación audiovisual, periodismo, marketing o similar; además de contar con un mínimo de 3 años de experiencias en dirección de proyectos audiovisuales o producción de podcasts/video podcasts.
- **Técnico/a de Producción Audiovisual** cuya función sea manejar equipos de cámara, sonido e iluminación; grabar episodios en alta calidad y coordinar la logística técnica de las grabaciones. Deberá poseer una titulación mínima de Ciclo Formativo de Grado Superior en Producción Audiovisual o estudios relacionados; además de una experiencia mínima de 2 años en grabación y edición de contenido audiovisual profesional.
- **Editor/a de video y audio** que se encargue de montar los episodios, añadir gráficos, subtítulos, música y optimizar el formato para plataformas digitales. Deberá tener una titulación mínima en edición audiovisual, postproducción o formación técnica equivalente, además de un mínimo de 2 años en edición audiovisual.
- **Podcaster o conductor/a del programa** cuya labor sea presentar y dinamizar los episodios, así como configurar y conducir las entrevistas y debates. Deberá tener formación en comunicación, marketing, periodismo, artes escénicas o similares, así como al menos 2 años de experiencia como presentador/a de programas, podcast o eventos en vivo.

La experiencia será acreditada con CV detallados en proyectos, firmados por empleado y empresa.

8. CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN

Los criterios de aplicación en este pliego, para ambos lotes, serán los siguientes:

1. CRITERIOS AUTOMÁTICOS (55 puntos)



a) Criterios Económicos: Hasta un máximo de 10 puntos, mediante la aplicación de 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.

No se puntuarán ofertas por precio superior al precio base de licitación.

b) Número de capítulos adicionales. Hasta un máximo de 10 puntos.

Se otorgarán 5 puntos por cada capítulo adicional (grabado, emitido, y difundido) al mínimo requerido de 10 capítulos.

c) Número de presentación de candidaturas a premios adicionales. Hasta un máximo de 10 puntos.

Se otorgarán 5 puntos por cada presentación de candidatura a premio de podcast adicional al mínimo exigido (mínimo: 3 candidaturas).

d) Número de episodios especiales grabados en lugares emblemáticos de la Ruta del Vino adicionales al mínimo de lugares emblemáticos. Hasta 25 puntos.

Se otorgarán 5 puntos por cada capítulo especial grabado en lugar emblemático distinto al principal de la Ruta del Vino adicional al mínimo exigido de 4 capítulos en lugares emblemáticos distintos.

2. CRITERIOS NO MATEMÁTICOS DE LA VALORACIÓN DE LAS OFERTAS (45 PUNTOS)

Se establecen como criterios a valorar la redacción de una memoria de máximo 20 páginas (incluyendo portada e índice), con tipografía Arial, un tamaño de letra 12 e interlineado sencillo. Podrán quedar excluidas todas aquellas ofertas que no cumplan este criterio.



En este sentido, se deberá presentar una propuesta de enfoque que incluya una descripción detallada de los siguientes aspectos:

- **Estrategia para la creación y difusión del podcast (10 puntos).**

Se evaluará la calidad y viabilidad de la estrategia propuesta para garantizar la correcta creación, producción y difusión del video Podcast, considerando:

- Originalidad e innovación de la estrategia en relación con la temática del proyecto.
- Metodología y coherencia con los objetivos del contrato.
- Plan de difusión y alcance, incluyendo canales y estrategias digitales.
- Acciones para maximizar la audiencia y la visibilidad de la mujer y la juventud en el medio rural.

- **Plan de trabajo – cronograma de acuerdo con los 5 meses de contrato (10 puntos).**

Se valorará la adecuación y detalle del cronograma de trabajo presentado para los 5 meses de ejecución del contrato, considerando:

- Distribución clara de fases y tareas (preproducción, producción, postproducción y difusión).
- Realismo y viabilidad en la planificación propuesta.
- Capacidad para garantizar el cumplimiento de los plazos establecidos.
- Inclusión de hitos y entregables medibles.

- **Ejemplo de una plantilla quincenal con temáticas y posibles entrevistados (5 puntos)**

Se valorará la propuesta de planificación editorial para el videopodcast, considerando:

- Relevancia y coherencia de las temáticas propuestas con los objetivos del contrato.
- Diversidad e inclusión de invitados/as que representen adecuadamente el sector enoturístico y el medio rural.
- Creatividad y capacidad para atraer interés del público objetivo. Claridad y estructura de la planificación quincenal presentada.

- **Ejemplo de guion para un episodio, alineado con el enfoque propuesto (5 puntos)**



Se valorará la calidad del guion propuesto para un episodio del videopodcast, alineado con el enfoque general del programa, considerando:

- Estructura y claridad del guion.
 - Capacidad para generar dinamismo e interés en la audiencia.
 - Adecuación del tono y lenguaje a la identidad del programa.
 - Originalidad en la presentación y desarrollo del contenido.
- **Calidad y adecuación del perfil de la persona conductora del videopodcast en relación con los objetivos del contrato (10 puntos).**

Se valorará la idoneidad de la persona propuesta para la conducción del programa en función de:

- Su contribución a la visibilización de la mujer y la juventud en el medio rural, en coherencia con los objetivos del contrato.
 - Su experiencia en comunicación, dinamización de contenidos y presentación de programas audiovisuales.
 - Capacidad para generar impacto y conexión con la audiencia objetivo.
 - Adecuación del perfil propuesto a la temática del videopodcast y su contribución a la reducción de la brecha de género en el sector enoturístico.
- **Portafolio de podcasts previos realizados, incluyendo enlaces a las plataformas donde se pueden escuchar o visualizar (5 puntos).**

Se valorará la experiencia del licitador en la producción de podcasts o videopodcasts mediante la presentación de un portafolio de trabajos previos, considerando:

- Calidad técnica y narrativa de los ejemplos aportados.
- Variedad y relevancia de los formatos y temáticas abordadas.
- Impacto y reconocimiento de los proyectos en plataformas digitales.
- Adecuación de los proyectos previos con la finalidad de esta licitación.

En ningún caso, deberá aparecer en la memoria datos relacionados con los criterios automáticos. Estos son precio, así como el número de capítulos, preparación de candidaturas de premios adicionales, y escenarios de



grabación emblemáticos de la Ruta adicionales al mínimo exigido. Podrán quedar excluidas todas aquellas ofertas que no cumplan este criterio.

9. OBLIGACIONES DE COMUNICACIÓN

La entidad contratista y, en su caso, la subcontratista, estarán obligadas a cumplir con las obligaciones de información y publicidad establecidas en el Artículo 9. Comunicación de la Orden HFP/1030/2021, de 29 de septiembre, por la cual se configura el sistema de gestión del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia. Específicamente, estarán obligadas a cumplir con las siguientes obligaciones:

- a. En los documentos de trabajo, así como en los informes y en cualquier tipo de soporte que se utilice en las actuaciones necesarias para el objeto del contrato, deberá exhibirse de forma correcta y destacada el emblema de la UE con una declaración de financiación adecuada que diga “financiado por la Unión Europea – NextGenerationEU”, junto al logo del PRTR y contener tanto en su encabezamiento como en su cuerpo de desarrollo la siguiente referencia «Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia- Financiado por la Unión Europea- NextGenerationEU»
- b. Las campañas audiovisuales relacionadas con el PRTR deberán mostrar, al menos, los logos del “Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia” y “Financiado por la Unión Europea NextGeneration EU”.
- c. En las medidas de información y comunicación, sea cual sea el canal de comunicación que se emplee, deberá hacerse referencia al hecho de que la inversión está financiada por la Unión Europea a través del Mecanismo de Recuperación y Resiliencia-NextGeneration EU.

10. SEGURIDAD, CONFIDENCIALIDAD Y PROPIEDAD INTELECTUAL

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.



Firmado:
(Documento firmado electrónicamente)

