“Campaña de comunicación 2027 Aguas de Alicante ”

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DE “CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN 2027 AGUAS DE ALICANTE”

EXPTE: SE026/2026.

1.- OBJETO **2**
2. ALCANCE DE LA CAMPAÑA **2**
2.1 Objetivos generales 3
2.2 Público objetivo 3
2.3 Canales de comunicación requeridos 3
3. NECESIDADES DE AGUAS DE ALICANTE **4**
3.1 Ideación de campaña 4
3.2 Estrategia y planificación para los canales propuestos 4
3.3 Creatividad y producción 4
4. ENTREGABLES MÍNIMOS **5**
4.1 Documentación estratégica 5
4.2 Materiales creativos 5
4.3 Herramientas de gestión 5
4.4 Seguimiento e informes 5
5. EXCLUSIONES DEL ALCANCE **6**
6. DURACIÓN Y FASES DEL CONTRATO **6**
7. REQUISITOS TÉCNICOS **6**
8.- DESARROLLO DEL SERVICIO **6**
9.- CESIÓN DE DERECHOS **7**
10.- PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN/VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO. **7**

1.- OBJETO

El objeto de este contrato es la contratación de servicios de comunicación integral para el desarrollo y ejecución de una campaña de comunicación de carácter global destinada a poner en valor la vinculación e implicación de Aguas de Alicante con su entorno local y que, más allá de lo formal, se fundamenta en valores compartidos.

El adjudicatario deberá disponer de la capacidad técnica y legal para la realización de la actividad licitada.

Los servicios prestados cumplirán con la normativa que en materia de seguridad y salud laboral y prevención de riesgos laborales sea de aplicación. El adjudicatario dejará constancia de las revisiones realizadas y su resultado, además de las recomendaciones de operación y mantenimiento que sean oportunas, en los formatos documentales que le sean solicitados por Aguas de Alicante así como frente a los órganos competentes de la Comunidad Autónoma y nacionales en caso de ser requeridos.

En caso de ser necesario, los accesos y salidas a las instalaciones estarán controlados en todo momento por personal de Aguas de Alicante.

2. ALCANCE DE LA CAMPAÑA

El alcance del contrato se circunscribe a la ideación y ejecución de una campaña de comunicación de carácter global para poner en valor la vinculación de Aguas de Alicante con su entorno y su implicación activa en la vida cotidiana y actividad del territorio que, más allá de la prestación del servicio del agua, se fundamenta en valores compartidos con organizaciones e instituciones.

La campaña deberá visibilizar, de forma coherente y cercana, su contribución al desarrollo social local a través del apoyo y la participación en alguna o algunas iniciativas que pueden ser de diferente índole (ejemplo: cultura, deporte, fiesta…). Se orientará a consolidar reputación y confianza mediante una narrativa transparente y participativa, capaz de generar identificación, activar alianzas locales y favorecer una implicación ciudadana sostenida.

2.1 Objetivos generales

Reforzar el vínculo e identificación con el territorio: posicionar a Aguas de Alicante como un agente local cercano y comprometido, poniendo en valor su

presencia y contribución a la vida de la provincia más allá de la gestión del agua.

Visibilizar y activar su implicación social amplia: comunicar de forma clara y consistente su participación y apoyo a iniciativas locales de diversa índole, impulsando alianzas locales que generen beneficios percibidos por la ciudadanía.

Consolidar la confianza en la compañía y su reputación en relación al papel de la empresa en el apoyo local.

2.2 Público objetivo

- Ciudadanía del área de influencia de Aguas de Alicante.
- Administraciones públicas locales y autonómicas.
- Stakeholders del sector del agua.

2.3 Canales de comunicación requeridos

CANALES ONLINE:

- Redes sociales.
- Web.
- Medios de comunicación digitales.

CANALES OFFLINE:

- Medios de comunicación.
- Eventos.

3. NECESIDADES DE AGUAS DE ALICANTE

3.1 Ideación de campaña

Se considera imprescindible la fase de ideación de la campaña como punto de partida estratégico y creativo para garantizar la coherencia global del proyecto. Esta fase deberá contemplar la definición de los mensajes clave alineados con los objetivos de la compañía, la identificación de público objetivo

y la propuesta de un concepto creativo unificador que pueda adaptarse a los diferentes canales de comunicación, tanto online como offline. La ideación habrá de generar un storytelling claro y consistente, que facilite la comprensión ciudadana, potenciando la cercanía, la transparencia y el compromiso con la innovación y la sostenibilidad.

3.2 Estrategia y planificación para los canales propuestos

- Desarrollo de estrategia integral de comunicación.
- Plan de medios multicanal con cronograma detallado.
- Definición de mensajes clave.
- Segmentación de audiencias y personalización de mensajes.

3.3 Creatividad y producción

- Desarrollo de identidad visual específica para la campaña.
- Creación de contenidos creativos adaptados a cada canal.
- Producción de material audiovisual.
- Desarrollo de artes finales para materiales gráficos (listos para producción externa).
- Desarrollo de contenidos web.

4. ENTREGABLES MÍNIMOS

4.1 Documentación estratégica

Las empresas deberán entregar un documento de ideación de campaña que defina el concepto creativo central, los mensajes clave, y la segmentación de públicos objetivo. El entregable incluirá propuestas de storytelling y estrategia visual, seleccionando canales adecuados, online y offline, para una comunicación efectiva. Además, deberá presentar pautas para mantener coherencia de marca y un cronograma de hitos de validación. Todo ello servirá como guía estratégica para la posterior producción de materiales y acciones de comunicación.

4.2 Materiales creativos

- Contenido web específico.
- Artes finales para todos los soportes.
- Contenidos audiovisuales producidos.
- Plantillas para redes sociales.

4.3 Herramientas de gestión

- Calendario editorial detallado.
- Banco de recursos gráficos y audiovisuales.
- Especificaciones técnicas para producción externa.

4.4 Seguimiento e informes

- Soporte técnico durante la ejecución de la campaña, planteando ajustes en caso de considerarlo necesario que, como mínimo, se celebrarán semanalmente y de manera presencial para garantizar la correcta ejecución del proyecto.
- Recomendaciones e informe final de resultados.
- Clipping de prensa.

5. EXCLUSIONES DEL ALCANCE

- Gestión operativa de redes sociales: Community management diario.
- Organización ejecutiva y producción de eventos: logística y coordinación operativa.
- Gestión directa con medios: contacto y negociación con medios locales.
- Inversión en Plan de Medios.

6. DURACIÓN Y FASES DEL CONTRATO

Desde la firma del contrato:

- Desarrollo y entrega de documentación estratégica y planteamiento de materiales: 2 meses.
- Validación por parte de Aguas de Alicante: 7 días naturales desde la entrega del material.
- Ejecución y soporte de campaña hasta el 31/12/2027 o posterior en el caso de que se conceda alguna prórroga.

7. REQUISITOS TÉCNICOS

- Capacidad estratégica, creativa y digital
- Capacidad de producción audiovisual
- Experiencia demostrable en comunicación institucional de los integrantes del equipo asignado a la campaña.

8.- DESARROLLO DEL SERVICIO

Para mejorar la eficiencia en los procesos de solicitudes y seguimiento de los trabajos encomendados, se nombrará un único interlocutor por cada una de las partes.

9.- CESIÓN DE DERECHOS

La empresa adjudicataria cederá en exclusiva a Aguas de Alicante todos los derechos de explotación de la propiedad intelectual sobre el objeto del contrato a firmar.

La cesión será perpetua en el tiempo y sin limitaciones de ámbito territorial, es decir, se entenderá vigente permanentemente y a nivel mundial.

La cesión en exclusiva de los derechos de explotación de la propiedad intelectual objeto del contrato a firmar comprende la reproducción, distribución y comunicación pública de todo el contenido en todas y cada una de las modalidades existentes en el momento de la firma del contrato, así como de las posibles modalidades futuras para todos los formatos incluida la digitalización con carácter perpetuo y con autorización de cesión a terceros.

10.- PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN/VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO.

La contratación de servicios de comunicación integral para el desarrollo y ejecución de una campaña de comunicación de carácter global destinada a poner en valor la vinculación e implicación de Aguas de Alicante con su entorno local se cuantifica en la cantidad de 32.000€ (TREINTA Y DOS MIL) SIN IVA.

Dicha cifra se ha obtenido de referencias en contrataciones de servicios de comunicación a lo largo de los últimos tres años, sin que estas referencias deban condicionar la propuesta de servicios para la actual campaña por parte de las empresas concurrentes:

	PRECIOS ESTIMADOS (IVA NO INCLUIDO)	**PRECIOS ESTIMADOS (IVA INCLUIDO)**
Estrategia y Concepto Creativo	8.000 €	9.680 €
Materiales Creativos	20.000 €	24.200 €
Gestión, Dirección de Arte y Licencias	4.000 €	4.840 €
VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO	**32.000 €**	**38.720 €**