



PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONCURSO, PROMOVIDO POR EL DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN, PARA LA CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE PLANIFICACIÓN Y COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS EN PRENSA, RADIO, TELEVISIÓN, PUBLICIDAD EXTERIOR y *ONLINE*

1.- Objeto del Contrato

El objeto de los presentes Pliegos es fijar las condiciones técnicas que regirán en la contratación de los servicios de planificación y compra de espacios publicitarios en prensa, radio, televisión, publicidad exterior y *online* en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Euskadi y circunstancialmente en otras comunidades, o en el conjunto del Estado español, e incluso fuera de él, para los ejercicios 2025 y 2026 con posibilidad de prórroga por otros 2 años más.

Se trata de asesorar y ejecutar la planificación y compra de:

- Anuncios oficiales exigidos por las normas legales aplicables.
- Anuncios informativos.
- Anuncios relativos a campañas publicitarias contratadas por el Departamento de Educación que no hayan incluido un plan de medios.
- Publicaciones y colaboraciones con medios para difusión de informaciones de interés para la ciudadanía.

Con ello se trata de satisfacer necesidades propias para el correcto funcionamiento de la Administración.

2.- Servicios requeridos

El Departamento solicitará a la empresa adjudicataria la inserción de publicidad en diferentes soportes de comunicación con indicación de los objetivos y el público destinatario que fije en su momento.

En concreto, la Dirección de Gabinete y Comunicación, cursará a la empresa adjudicataria las órdenes de tramitación de publicidad con indicación de los soportes o medios a contratar, fechas de inserción y espacios requeridos, en función del presupuesto disponible con el fin de que proceda a su contratación.

La empresa adjudicataria propondrá al Departamento el plan de medios y el presupuesto, contratará los espacios publicitarios en las fechas y medios seleccionados, verificará el cumplimiento de las órdenes cursadas y entregará los comprobantes de las mismas una vez finalizada la campaña.

2.1.- Anuncios oficiales o informativos

En el caso de los anuncios oficiales en los diarios, el Departamento facilitará el texto y las orlas de los anuncios oficiales a la empresa adjudicataria por medios telemáticos para que proceda a la maquetación correspondiente de los originales necesarios, derivados del plan de medios. La empresa adjudicataria remitirá la maqueta del anuncio junto con la planificación de medios y su presupuesto, a la Dirección de Gabinete y Comunicación para su aprobación y, con su visto bueno, procederá a su envío a los diferentes medios. El servicio de maquetación estará incluido en los precios ofertados en el anexo de proposición económica.

2.2.- Campañas publicitarias

En el caso de que se tramiten anuncios correspondientes a campañas publicitarias, cuya creatividad haya sido ya contratada con anterioridad, la empresa adjudicataria deberá elaborar el correspondiente plan de medios en función del presupuesto, de los objetivos de comunicación y del público objetivo. Propondrá los soportes y su presupuesto, una vez analizadas las audiencias y su adecuación al producto a anunciar, su penetración y rentabilidad. Verificará el cumplimiento de las órdenes cursadas, la recepción de originales y la obtención de comprobantes que justifiquen la correcta inserción y emplazamiento de los anuncios.

Además, la empresa adjudicataria negociará con los medios los costes de inserción de la publicidad y la selección de los espacios más idóneos, se encargará de la adaptación y el envío de los diferentes originales a los soportes seleccionados, así como de la petición de avales y permisos necesarios para la emisión de publicidad. Estos gastos correrán a cargo de la adjudicataria.

2.3.- Publicidad *online*

Cuando se trate de tramitar publicidad en las versiones *online* de los medios o en los buscadores, la empresa adjudicataria garantizará que

se alcancen los públicos objetivo deseados con el fin de optimizar la inversión. La empresa adjudicataria informará de la evolución de la audiencia durante la campaña y sugerirá las variaciones necesarias para que se incremente el número de impresiones y los "click-through" durante su divulgación. Además, facilitará al Departamento las claves de acceso para que pueda supervisar las estadísticas de audiencia y, finalizada la campaña, la adjudicataria deberá remitir un informe evaluando su rentabilidad de forma que permita estructurar adecuadamente la futura compra de medios.

2.4.- Colaboraciones con medios

Cuando se trate de tramitar colaboraciones con diferentes medios de comunicación, la empresa adjudicataria se encargará de cursar las órdenes oportunas para su realización, y del cumplimiento de los acuerdos para ello alcanzados por el Departamento tanto a nivel económico como publicitario.

3.- Órdenes de trabajo

El Departamento cursará a la empresa adjudicataria las órdenes de tramitación de publicidad con indicación de los medios y soportes a contratar, fechas, formatos, precios y espacios requeridos con el fin de que se proceda a su contratación. La adjudicataria facilitará en soporte electrónico un modelo de “orden de trabajo” para facilitar el cursado.

4.- Recursos mínimos necesarios

Los recursos mínimos necesarios que se deberán acreditar y poner a disposición de la Administración son los siguientes:

- Servicios y herramientas de software para la planificación y evaluación de campañas a partir de estudios de audiencia de medios en prensa, radio y televisión contratados a nivel de Euskadi y de España.
- Programas de gestión y administración.
- Programas de diseño y maquetación: Photoshop, InDesign, QuarkXpress, o similares.
- Fuentes: EGM, CIES, KANTAR MEDIA, ARCE o INFOADDEX, OJD, AIMC MARCAS y GEOMEX, o similares.
- Herramientas: TOM Micro, Galileo, Infosys, OJD, Dragon o Infad XXI, o similares.

5.- Supervisión y seguimiento

Las prestaciones se realizarán, en todo caso, fuera de las dependencias de la Dirección promotora y la adjudicataria gestionará los servicios en dependencias ajenas.

La prestación del servicio se realizará en coordinación con las directrices establecidas por el servicio de Estudios y Divulgación de la Dirección promotora, quien supervisará y ejercerá el control necesario durante la aplicación y la ejecución del contrato.

La contratista comunicará por escrito a la Dirección de Gabinete y Comunicación del Departamento de Educación cualquier eventualidad o incidencia que pueda afectar al desarrollo del contrato.

Asimismo, se deberá informar a la misma de cualquier cuestión sobre la que se tengan que realizar gestiones adicionales a las mencionadas en este pliego a efectos de su aprobación.

Se velará especialmente por el cumplimiento de lo dispuesto en la Ley 6/2010, de 23 de diciembre, de publicidad y comunicación institucional de Euskadi.

Vitoria-Gasteiz, 7 de mayo de 2024

JOSE IGNACIO
BAÑUELOS
IBÁÑEZ -
22745134C

Firmado digitalmente por
JOSE IGNACIO BAÑUELOS
IBÁÑEZ - 22745134C
Fecha: 2024.05.07
15:12:33 +02'00'

Fdo. José Ignacio Bañuelos Ibáñez
Director de Gabinete y Comunicación