

Esped: 2024/081

DONOSTIAKO UDALARENTZAT HEDABIDE AGENTZIAREN ZERBITZUAK KONTRATATZEKO BALDINTZA TEKNIKOEN AGIRIA.

1. XEDEA

Kontratu honen xedea da, **DONOSTIAKO UDALARI HEDABIDE AGENTZIAREN ZERBITZUA** eskaintzea, informazio, publizitate eta komunikazio elementuak zenbait hedabide eta komunikazio euskarritan argitaratzeko (prentsan, irratan, telebistan, kanpoaldean eta Interneten) espedienteari erantsi zaizkion aukerako baldintzen arabera.

Kontratuaren kudeaketak honako prestazio eta zeregin hauek ekarriko ditu enpresa esleipendunaren kargura: publizitate-espazioak planifikatzea, bitartekotza egitea eta erostea hainbat komunikabide eta euskarritan (prentsa idatzia, prentsa digitala, aldizkako beste argitalpen batzuk, irrata, telebista, sare sozialak, plataforma digitalak, kanpoko euskarriak edo beste edozein komunikazio-euskarri), bai indarrean dagoen legeria aplikagarriak eskatzen dituen iragarki ofizialak txertatzeko, bai kanpaina-bideen planetatik edo Babesle puntualak.

Aurrekoan adierazitakoaz gain, enpresa esleipendunak aholkularitza-zerbitzua emango dio Udalari publizitate instituzionalari buruzko gaietan.

2. ZERBITZUAREN BALDINTZAK

2.1. HARTZAILEAK

Donostiako Udala izango da kontratuaren prestazioen hartzailea, Komunikazio Kabinetearen edo kontratu honetan jasotako zuzendaritza eta zerbitzu bakoitzaren bitartez, bakoitzari esleitutako aurrekontuaren barruan.

Udaleko sail eta/edo zuzendaritzak, kontratuaren zerbitzuen hartzaile direnak, honako hauek dira:

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL SERVICIO DE AGENCIA DE MEDIOS PARA EL AYUNTAMIENTO DE DONOSTIA / SAN SEBASTIÁN

1. OBJETO

Constituye el objeto del presente contrato la prestación del **SERVICIO DE AGENCIA DE MEDIOS PARA EL AYUNTAMIENTO DE DONOSTIA / SAN SEBASTIÁN**, para la gestión de la publicación de elementos informativos, publicitarios y de comunicación en distintos medios y soportes de comunicación con arreglo a las condiciones facultativas unidas al expediente.

La gestión del contrato implicará las siguientes prestaciones y tareas a cargo de la empresa adjudicataria: La planificación, mediación y compra de espacios publicitarios en diversos medios y soportes de comunicación (prensa escrita, prensa digital, otras publicaciones periódicas, radio, televisión, redes sociales, plataformas digitales, soportes exteriores, o cualquier otro soporte de comunicación) tanto para inserción de anuncios oficiales exigidos por la legislación vigente aplicable como de otros anuncios o materiales informativos derivados de planes de medios de campañas o de patrocinios puntuales de eventos

Además de lo indicado anteriormente, la empresa adjudicataria prestará el servicio de consultoría y asesoramiento al Ayuntamiento para las cuestiones relativas a la publicidad institucional.

2. CONDICIONES DEL SERVICIO

2.1 DESTINATARIOS

El destinatario de las prestaciones del contrato será el Ayuntamiento de Donostia, a través de su Gabinete de Comunicaciones o de cada Dirección y Servicio contemplados en este contrato dentro de su presupuesto, asignado a cada cual.

Los Departamentos y/o Direcciones del Ayuntamiento destinatarios de los servicios del contrato son los

- Alkatetza: Komunikazio Kabinetea
- Euskara Zerbitzua
- Mugikortasun Zuzendaritza.
- Hezkuntzaren eta Gizarte Sustapenaren Zerbitzua: Berdintasun, Lankidetzat, Giza Eskubideak eta Kultur Aniztasunaren Atala.
- Lehendakari Zuzendaritza: Herritarren Partaidetzarako Zerbitzua.

2.2. ZERBITZUAREN IRISMENA ETA EDUKIA

1.- Hainbat komunikabide eta euskarritan (prentsa idatzia, prentsa digitala, aldizkako beste argitalpen batzuk, irratia, telebista, sare sozialak, plataforma digitalak, kanpoko euskarriak edo beste edozein komunikazio-euskarri) publizitate-espazioak planifikatzeko, bitartekotza egiteko eta erosteko agentzia baten zerbitzu espezializatuak kontratatatu behar dira, bai indarreko legeria aplikagarriak eskatzen dituen iragarki ofizialak txertatzeko, bai kanpaina-komunikabideen planetatik edo ekitaldien babesle puntualetatik eratorritako bestelako iragarkiak edo informazio-materialak txertatzeko.

Xede horietarako, iragarkien edukiak Komunikazio Kabineteak berak edo sail edo zuzendaritza bakoitzak helaraziko dizkio enpresa esleipendunari, eta hark maketatu egingo ditu, hala dagokionean (idatzizko prentsako edukinetan), Nortasun Korporatiboaren Eskuliburuan xedatutakoari jarraiki. Kasu horretan, enpresa esleipendunak Administrazioari itzuliko dio maketa, hark hura onartu eta oniritzia eman ostean, dagozkion hedabideetara helarazi diezaien. Maketazio eta bidalketa zerbitzu hori enpresa esleipendunaren kontura gauzatuko da. Enpresa esleipendunak bermatu beharko du testuetan hizkuntza ofizialak – euskara eta gaztelania– zuzentasunez, euskarari lehentasuna eman eta udalaren hizkuntza irizpideen arabera erabiltzen direla eta, orobat, elementuetan (hizkuntza, irudiak, mezuak eta abar) ikuspegi sexistarik ez dagoela. Batzuetan, eta salbuespen gisa, iragarkia beste hizkuntza batean egin dadila eskatu ahal izango da.

Gainera, Komunikazio Kabineteak berak edo sail edo zuzendaritza bakoitzak hedabideen plan zehatzak (Publizitate Kanpaina zehatzak) egin ditzala eskatu ahal izango dio, beharrezkotzat jotzen duenean, enpresa esleipendunari, betiere aurrekontuaren, komunikazio-helburuen eta xede den publiko objektiboaren arabera. Hala, kasu bakoitzerako euskarri egokienak planteatuko dira, audientziari,

siguientes:

- Alkaldía: Gabinete de Comunicaciones.
- Servicio de Euskera.
- Dirección de Movilidad
- Servicio de Educación y Promoción Social: Sección de Igualdad, Cooperación, Derechos Humanos y Diversidad Cultural.
- Dirección de Presidencia: Servicio de Participación Ciudadana.

2.2. ALCANCE Y CONTENIDO DEL SERVICIO

1.- Se requiere la contratación de los servicios especializados de una agencia para planificación, mediación y compra de espacios publicitarios en diversos medios y soportes de comunicación (prensa escrita, prensa digital, otras publicaciones periódicas, radio, televisión, redes sociales, plataformas digitales, soportes exteriores, o cualquier otro soporte de comunicación) tanto para inserción de anuncios oficiales exigidos por la legislación vigente aplicable como de otros anuncios o materiales informativos derivados de planes de medios de campañas o de patrocinios puntuales de eventos.

A tales fines, los contenidos de los anuncios serán facilitados por Gabinete de Comunicaciones o cada departamento o dirección a la adjudicataria y ésta los maquetará, cuando proceda (en el caso de contenidos en prensa escrita), con arreglo a lo dispuesto en el Manual de Identidad Corporativa, en cuyo caso la adjudicataria devolverá la maqueta a la Administración para su aprobación y con su visto bueno, procederá a su envío a los medios correspondientes. Este servicio de maquetación y envío corre a cuenta de la adjudicataria. La adjudicataria cuidará también en los textos de la correcta utilización de los idiomas oficiales -euskera y castellano-, dando prioridad al euskera y respetando los criterios lingüísticos del Ayuntamiento, y velará también por un enfoque no sexista en los diversos elementos (lenguaje, imágenes, mensajes etc.). En alguna ocasión, y con carácter excepcional, podrá requerirse que el anuncio sea elaborado en otro idioma distinto.

El Gabinete de Comunicaciones o cada departamento o dirección podrán solicitar además a la adjudicataria, cuando así lo estime necesario, la elaboración de planes específicos de medios (Campañas específicas de Publicidad) en función del presupuesto, los objetivos de comunicación y el público objetivo al que se dirigen, planteando los soportes más adecuados

lurralde eremuari, kostuari, iragarri beharreko produktuaren egokitzapenari, ulermenari eta errentagarritasunari dagozkion irizpideak aintzat hartuta, betiere GRP (Gross Rating Point), OTS (Opportunity to See) eta CPM (Coste por Mil impresiones) eta estaldura datuak barne hartuz.

2.- Enpresa esleipenduna arduratuko da hedabideekin iragarpen kostuak adostez eta publizitate espazio egokienak aukeratzeaz. Horrez gain, jatorrizkoak egokitu eta horiek aukeratutako euskarrietara bidaltzeaz arduratuko da, baita horretarako behar diren baimenak eta bermeak eskatzeaz ere.

Kanpaina edo publizitate-txertatze indibidual bakoitzaren aurretik, (txertatze-agindua eman aurretik) hedabideen plan bat emango zaio Komunikazio Kabineteari berak edo sail edo zuzendaritza bakoitzari, honako hauek zehaztuta: txertatze-eguna, txertatzeen unitateko prezioak (modulu, iragarki, inprimatze edo beste unitate analogoen arabera), aurrekontu globala bitarteko eta euskarri bakoitzeko. Baliabideen plan horrek eta bere aurrekontuak Udalaren berariazko eta onartutako onespina izan beharko dute espazioak erreserbatu eta erosi aurretik.

3.- Komunikazio Kabineteak berak edo sail edo zuzendaritza bakoitzak dagozkion iragarpen aginduak eman eta kontratatu beharreko bitartekoak eta euskarriak, datak eta espazioak adieraziko ditu, enpresa esleipendunak horiek kontratatu ditzan.

Komunikazio Kabineteak berak iragarkiak txertatzeko aginduak emateko baimena duten sailak eta/edo pertsonak identifikatuko ditu. Kasu guztietan, emandako aginduen berri emango dio esleipendunak Alkatzeko Komunikazio Kabinetea arduradunari.

4.-Esleipendunak argitalpenen jarraipena egingo du, eta behar bezala gauzatu direla jakinaraziko dio Komunikazio Kabineteari. Horretarako, argitaratzeko agindua eman duen sailari argitalpenen kopiak bidaliko zaizkio. Era berean, kontratatutako euskarri guztiak behar bezala txertatuta daudela egiaztatuko da, eta Komunikazio Kabineteari bidaliko zaio informazio hori jasotzen duen txostena.

Idazkunen bat behar bezala egiten ez bada, esleipendunak dagokion hedabidera jo beharko du, behar bezala zuzendu eta argitaratzeko.

para cada caso en función de criterios de audiencia, ámbito territorial, coste, adecuación al producto a anunciar, penetración y rentabilidad, con indicación de datos de cobertura, GRP (Gross Rating Point), OTS (Opportunity to See) y CPM (Coste Por Mil impresiones).

2.- La adjudicataria será la responsable de negociar con los medios los costes de inserción y la selección de los espacios publicitarios más idóneos, se encargará de la adaptación y el envío a su cargo de los diferentes originales a los soportes seleccionados, así como de solicitar los avales y permisos necesarios para todo ello.

Antes de cada campaña o inserción publicitaria individual, se proveerá al Gabinete de Comunicaciones o departamento o dirección interesada (con carácter previo a la orden de inserción) de un plan de medios detallado por inserción y día de publicación, precios unitarios de las inserciones (por módulo, cuña, impresión, u otras unidades análogas), presupuesto global por medio y soporte. Este plan de medios y su presupuesto deberán contar con la aprobación expresa y consentida del Ayuntamiento antes de proceder a la reserva y compra de espacios.

3.- El Gabinete de Comunicaciones o departamento o dirección interesada cursará las órdenes de inserción señalando los soportes o medios a contratar, fechas y espacios, con el objetivo de que la adjudicataria proceda a su contratación.

El Gabinete de Comunicaciones procederá a identificar a los departamentos y/o personas autorizadas para cursar órdenes de inserción. En todos los casos, el adjudicatario informará de las órdenes cursadas al responsable del Gabinete de Comunicaciones de Alcadia.

4.- La adjudicataria realizará un seguimiento de las publicaciones, reportando al Gabinete de Comunicaciones de su correcta ejecución. Para ello, se remitirán al departamento que ha cursado la orden de inserción copias de las publicaciones. De igual modo, se realizará un seguimiento de la correcta inserción de todos los soportes contratados, que se recogerán en un reporte remitido al Gabinete de Comunicaciones.

En caso de que alguna de las inserciones no se ejecute correctamente, la adjudicataria se encargará de dirigirse al medio correspondiente para su debida rectificación y publicación.

5.- Esleipendunak, ondoz ondoko publizitate-kanpainen sormenaz eta ekoizpenaz arduratzen diren enpresekin komunikatuta, kontratatutako espazioetan argitaratzeko beharrezkoak diren materialak eta euskarriak bilduko ditu. Komunikazio Kabineteak berak edo sail edo zuzendaritza bakoitzak baliozkotuko ditu edukiak, baina zerbitzuaren enpresa esleipendunak bilduko ditu eta kanpoko euskarrien enpresa, plataforma edo hedabideetara bidaliko ditu.

Iragarki ofizialen publizitateari dagokionez, esleipendunak Komunikazio Kabineteak berak edo sail edo zuzendaritza bakoitzak bidalitako testuak diseinatu eta maketatuko ditu, emango zaion txantiloien arabera eta irudi korporatiboarekin bat etorritik. Esleipenduna arduratuko da testua bi hizkuntza ofizialetan zuzena dela zaintzeaz, udalak ezarritako hizkuntza irizpideak betetzen direla ziurtatzeaz eta, zerbitzu kontratatzailearen ikuskaritzaren arabera, testuaren edukia zuzentzeaz. Argitaratzeko agindua eman duen sailak iragarki ofizialak ontzat eman beharko ditu argitaratu aurretik.

Esleipendunak kanpaina bakoitzean ekoiztutako material guztiak artxibatuko ditu (grafikoak, iragarkiak, bannerrak, telebista-iragarkiak edo iragarki digitalak...), bai eta egindako argitalpenen kopiak ere, bai publizitate-kanpaina arruntenak, bai iragarki ofizialenak, Komunikazio Kabineteak berak edo sail edo zuzendaritza bakoitzak edozein unetan eskatu ahal izango baititu.

6.- Hedabideetako espazioak kontratatzeako orduan, berdintasun irizpideak hartu beharko dira kontuan horien tarifa ofizialei dagokienez, eta ez da iragarki instituzionalei aplikatutako errekaru berezirik onartuko. Erreferentzia zko tarifarik ez badago, prezioa enpresa esleipendunaren eta hedabidearen artean adostuko da. Edonola ere, espazioak erosi ahal izateko ezinbesteko baldintza izango da kontratuaren Zuzendaritza Teknikoak bere adostasuna ematea.

7.- Hiriko bi hizkuntza ofizialak kontuan harturik, publizitate espazioak euskarazko eta gaztelaniazko hedabideetan kontratatuko dira. Udalaren hizkuntza irizpideekin bat etorritik, euskarazko hedabideetan publizitatea euskaraz egingo da eta gaztelaniazkoetan ele bietan.

5.- La adjudicataria recabará, en comunicación con la empresa o empresas encargadas de la creatividad y la producción de las sucesivas campañas publicitarias, aquellos materiales y soportes necesarios para su publicación en los espacios contratados. La validación de los contenidos será responsabilidad del Gabinete de Comunicaciones o departamento o dirección interesada, si bien su recopilación y remisión a los medios, plataformas o empresas de soportes exteriores los realizará la empresa adjudicataria del servicio.

En el caso de la publicidad de anuncios oficiales, la adjudicataria se encargará del diseño y maquetación de los textos remitidos por el Gabinete de Comunicaciones o departamento o dirección interesada, conforme a la plantilla que se le facilitará y acorde con la imagen corporativa. La adjudicataria se encargará de la corrección lingüística del texto en los dos idiomas oficiales, verificando el cumplimiento de los criterios lingüísticos del Ayuntamiento, y de subsanar, de acuerdo con la supervisión del servicio contratante, del contenido del mismo. Los anuncios oficiales deberá ser validados antes de su publicación por el departamento emisor de la orden de inserción.

La adjudicataria se encargará del archivo de todos los materiales producidos en cada campaña (gráficas, cuñas, banners, spots de televisión o digitales...), así como de las copias de las publicaciones realizadas, tanto de las campañas publicitarias ordinarias como de los anuncios oficiales, por si el el Gabinete de Comunicaciones o departamento o dirección interesada pudiera requerirlos en cualquier momento.

6.- La contratación de los espacios en los diferentes medios se realizará atendiendo a criterios de igualdad respecto a las tarifas oficiales de éstos, no admitiendo recargos especiales aplicados a los anuncios institucionales. En caso excepcional de inexistencia de tarifas de referencia, el precio se negociará por la adjudicataria con el medio, condicionándose en todo caso la compra de espacios a la conformidad previa de la Dirección Técnica del contrato.

7.- Teniendo en cuenta las dos lenguas oficiales de la ciudad, los espacios publicitarios se contratarán tanto en medios de comunicación en euskera como en castellano. De acuerdo con los criterios lingüísticos del Ayuntamiento, la publicidad en los medios de comunicación en euskera se realizará en dicha lengua y en el resto de los medios en las dos lenguas oficiales.

8.- Esleipendunak kontratuaren kontuen egoerari buruzko hileko txostena egin beharko du. Txosten horretan, azken hilabeteen banaka egindako aginduak adieraziko ditu, eta komunikabide bakoitzean eta euskarri bakoitzean egindako inbertsioaren jarraipen xehatua egingo du.

Era berean, ekitaldi bakoitzaren amaieran, urteko txosten bat egingo da kontratuaren kontuen egoerarekin, bai eta komunikabide bakoitzean eta komunikazio-euskarri bakoitzean egindako inbertsioaren zerrenda xehatua ere.

Txosten horiek kontrastatu eta emango dira, kontratuaren eta publizitate-inbertsioaren jarraipena egiteko, kontratuaren arduradunarekin (Komunikazio Kabineteko kidea) aldizkako bilerak eginez. Bilera hauen maiztasuna kontratuaren arduradunak ezarri egingo du.

9.- Horrez gain, Udalak hedabideekin zuzenean kontratatu ahal izango du iragarkien txertaketa, interes publikoak hala eskatzen duenean.

3.-BALIABIDEAK, PLANIFIKAZIOA ETA ZERBITZUAREN ANTOLAKETA.

GIZA BALIABIDEAK. Enpresa esleipendunak kontratu hau betetzeko garatu behar diren eginkizunetarako langile nahikoak eta gaituak izango ditu.

Aurreko paragrafoan adierazitakoari kalterik egin gabe, enpresa esleipendunak bere langileen premiak zehaztuko ditu. Edonola ere, behar bezala koordinatutako giza taldea izan beharko du eskaini beharreko zerbitzuak dagokion denboran eta moduan betetzeko.

KOORDINATZAILEA IZENDATZEA. Enpresa esleipendunak zerbitzuarekin lotutako alderdi guztiez arduratuko den pertsona koordinatzaile bat izendatu beharko du Administrazioaren aurrean. Pertsona horrek egokitzen jotzen dituen erabakiak hartzeko ahalmen nahikoa izango du, enpresa esleipendunaren izenean. Erabakiak hartzeko gaitasunik ezak –legala edo formala– ez du eraginik izango horiengan, eta hura izango da kontratuarekin lotutako gai guztietarako hizketakide baliodun bakarra.

Terminoak eta horrek dakarrena hobeto ulertzeko, koordinatzaile horri "publizitate-kontuaren arduraduna" deitu ohi zaio publizitate-sektorean.

8.- La adjudicataria deberá realizar un informe mensual del estado de cuentas del contrato, indicando en el mismo las órdenes cursadas de forma individualizada en el último mes, y realizando un seguimiento pormenorizado de la inversión realizada en cada medio de comunicación y en cada soporte.

Asimismo, al término de cada ejercicio, se realizará un informe anual con el estado de cuentas del contrato, así como la relación detallada de la inversión realizada en cada medio y en cada soporte comunicativo.

Dichos informes serán contrastados y entregados para el seguimiento del contrato y de la inversión publicitaria, mediante reuniones periódicas con el responsable del contrato, perteneciente al Gabinete de Comunicaciones del Ayuntamiento. La periodicidad será establecida por el responsable del contrato.

9- Asimismo, el Ayuntamiento se reserva el derecho de poder contratar directamente con los diversos medios la inserción de anuncios cuando el interés público así lo requiera.

3.-RECURSOS, PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN DEL SERVICIO.

RECURSOS HUMANOS. La empresa adjudicataria deberá contar con personal suficiente y cualificado para las tareas que se deben desarrollar en ejecución del presente contrato.

La empresa adjudicataria determinará, sin perjuicio de lo señalado en el párrafo anterior, de forma exclusiva las necesidades de su personal. En todo caso deberá disponer de un equipo humano debidamente coordinado para la realización, en tiempo y forma, de los servicios a prestar.

DESIGNACIÓN DE COORDINADOR/A. La empresa adjudicataria deberá nombrar una persona coordinadora, que será la responsable última de la misma ante la Administración en todo lo concerniente al servicio. Dicha persona tendrá el poder suficiente para tomar en nombre de la empresa adjudicataria las decisiones oportunas, sin que las mismas puedan verse afectadas por falta de capacidad decisoria, ya sea legal o formal, siendo la única interlocutora válida para todos los asuntos relativos al contrato.

Para mejor comprensión del término y lo que conlleva, esta persona coordinadora es lo que se suele denominar en el sector publicitario "responsable de cuenta publicitaria".

Koordinatzaile horrek erabateko erabilgarritasun-erregimenean jardungo du, eta beraz, ohiko lan ordutegitik kanpo kontratatutako premiei erantzun beharko die, baita jaiegunetan eta asteburuetan ere. Gainera, telefono mugikorraren bitartez harremanetan jartzeko moduan egon beharko du uneoro, eguneko 24 orduetan eta urteko 365 egunetan.

IRUDI KORPORATIBOA. Donostiako Udalaren irudi korporatiboa erabiliko da beti, Administrazioaren argibideak kontuan hartuta.

Beste elementu batzuk erabili nahi badira, enpresa esleipendunak Administrazioaren berariazko baimen idatzia eskuratu beharko du.

WEB FORMATUA: Formatu digitalean ere aurkeztuko dira produktuak, horiek geroago erabili eta Udalaren web orrian errazago txertatu ahal izateko.

BITARTEKO MATERIALAK. Enpresa esleipendunak kontratuaren zerbitzura jarritako informatikako elementuak, sareak, materialak edo bestelako udal azpiegiturak modu egokian erabiltzen direla bermatu beharko du.

ZEHAPENAK.

1.- Iragarki instituzionalak: Iragarki instituzionaletan (nahitaezkoak) argitaratutako informazioaren edukiaren garrantzia dela eta, kontratistari egotzi dakizkikeen akatsek haren funtsezko edukiari eragiten badiote (epeak, datak, tokiak, aurkeztu beharreko dokumentazioa, etab.), esleipendunak bere kargura dagoen akatsa zuzendu eta argitaratu beharko du.

2.- Bestelako Publizitatea: Gainerako iragarkien ekoizpenean kontratistari egotzi dakizkikeen akatsek (eduki akatsak, irudizkoak, hizkuntzazkoak edo teknikoak) iragarkiaren kostuaren % 25erainoko zigorra eragingo dute kobratzeko orduan. Zigorren mailaketak kontuan hartuko ditu akatsaren garrantzia, Udalaren irudiarentzat dituen ondorioak eta iragarkiaren publizitatearen helburuan dituen ondorioak.

Esta persona coordinadora funcionará en régimen de plena disponibilidad, debiendo por tanto cubrir las necesidades contratadas fuera del horario laboral normal, incluso los días de fiesta y fines de semana, y deberá poder ser contactada de forma permanente a través de teléfono móvil durante las 24 horas del día y los 365 días del año.

IMAGEN CORPORATIVA. Se utilizará siempre la imagen corporativa del Ayuntamiento de Donostia / San Sebastián conforme a las instrucciones de la Administración.

La utilización de otros elementos exigirá el consentimiento expreso y escrito de la Administración

FORMATO WEB: los productos se presentarán también en formato digital, de forma que permita el uso ulterior de sus contenidos y se facilite su inclusión en la página web del Ayuntamiento.

MEDIOS MATERIALES. La adjudicataria se responsabilizará del buen uso de elementos informáticos, redes, materiales o cualquier otra infraestructura municipal que pudiera, en su caso, ponerse a disposición del contrato.

PENALIZACIONES.

1.- Anuncios Institucionales: Dada la importancia del contenido de la información publicada en los anuncios institucionales (obligatorios), los errores imputables a la contratista que afecten al contenido esencial del mismo (plazos, fechas, lugares, documentación a aportar....etc) supondrán la obligación por parte de la adjudicataria de proceder a la corrección y publicación del error a su cargo.

2.- Resto de publicidad: Los errores imputables a la contratista en la producción del resto de anuncios (errores de contenido, de imagen, de lenguaje o técnicos) conllevarán una penalización en su cobro de hasta el 25 % del coste del anuncio. La graduación de la penalización tendrá en cuenta la entidad del error, las consecuencias del mismo para la imagen del Ayuntamiento y las consecuencias en cuanto al objetivo de la publicidad del anuncio.

Enpresa esleipendunak Udalaren eskura jarriko du kontratu hau modu egokian betetzeko beharrezkoa izan daitekeen informazio guztia, tarifak, entzunaldiak eta hedabideetako profila eta zabalkundea barne. Horrez gain, Udalari egindako Jardueren Memoria bat aurkeztu beharko dio sei hilez behin eta urtean behin. Hura zenbait ataletan banatuko da, ekintzen arrazoiak edo kontzeptuak, unitate bakoitzeko kostuak eta kostu guztiak, kontratatutako hedabideen araberrako desagregazioa eta horietako bakoitzaren zenbatekoak nahiz beharrezkotzat jotzen diren beste alderdi batzuk kontuan hartuta.

Kontratua modu eraginkorrean betetzeko, enpresa esleipendunak horretarako kualifikazio tekniko egokia duten langileak kontratatu beharko ditu, ahal izanez gero, osieran aldatetarik egin gabe. Era berean, langileen zerrenda aurkeztu eta, Udalak hala eskatuz gero, berehala ekingo dio hura areagotu edo ordezkatzeari, kontratuan eskatzen den zerbitzua beti betetzen dela bermatuz. Enpresa esleipendunarekin mantentzen diren harremanak elebidunak (euskara/gaztelania) izan daitezke, Udalak eskatzen duenaren arabera.

4.- ZERBITZUAREN PREZIOAREN BALORAZIOA ETA ORDAINKETA

1.- Kontratuaren banakako prezioak hedabide bakoitzak publizitate-euskarrietarako (telebista, irrata...) eta kasu bakoitzean publizitatea egiten den bi lurralde-eremuetarako (Gipuzkoa eta Euskadi (EAE)) dituen tarifa ofizialek osatzen dute. Tarifa horiei bi ehuneko aplikatuko zaie:

-Alde batetik, DESKONTU BAT kontratuaren esleipendunak eskainitako ehunekoetan (baldintza-agiri honen VIII. eranskineko ereduaren arabera) euskarri bakoitzerako eta lurralde eremu bakoitzerako aplikagarria.

- Bestetik, ERREKARGU BAT esleipendunaren agentzia-komisioaren ehunekoa, zeina bakarra eta berdina izango den prezio guztietarako.

Ehuneko horiek kontratua osatzen duten unitateko prezio guztiei aplikatuko zaizkie.

Kontutan izandako bi lurralde eremuak honakoak dira: Gipuzkoa eta Euskadi (EAE).

La adjudicataria pondrá a disposición del Ayuntamiento toda la información necesaria para el adecuado cumplimiento de este contrato, incluyendo tarifas, audiencias y perfil y difusión de los medios. Asimismo, presentará al Consistorio con periodicidad semestral y anual una Memoria de Actividades realizadas con diferentes apartados por motivos o conceptos de las acciones, costes unitarios y totales de éstas, desagregación por medios contratados e importes de cada uno de ellos y otros que se estimen pertinentes.

Para el eficaz y efectivo cumplimiento del contrato, la adjudicataria destinará el personal necesario con la cualificación técnica adecuada para ello evitando en lo posible introducir variaciones en su composición; facilitará una relación del mismo y procederá inmediatamente a petición del Ayuntamiento a su ampliación o sustitución, de forma que la ejecución del servicio requerido en el contrato quede siempre asegurada. Las relaciones con la adjudicataria podrán ser bilingües euskera/castellano según requiera el Ayuntamiento.

4.- VALORACIÓN Y ABONO DEL PRECIO DEL SERVICIO

1. Los precios unitarios del contrato vienen constituidos por las tarifas oficiales de cada medio de comunicación para los diversos soportes publicitarios incluidos (TV., radio...) y para los dos ámbitos territoriales de publicidad en cada caso (Gipuzkoa y País Vasco (CAV)), a los cuales se les aplicarán dos porcentajes:

-Por un lado, UN DESCUENTO en porcentajes ofertados por el adjudicatario del contrato (conforme al modelo del Anexo VIII del presente pliego) sobre cada soporte para cada ámbito territorial .

-Por otro lado, UN RECARGO en porcentaje en concepto de comisión de agencia del adjudicatario, que será único y el mismo a aplicar a todos los precios.

Estos porcentajes serán los aplicables a todos los precios unitarios que componen el contrato.

Los dos ámbitos territoriales contemplados son: Gipuzkoa y País Vasco (CAV).

2. Lanak HAKLEOko 199. eta 200. artikuluen arabera eta Ezaugarrien Taulako 4. atalean zehaztutako prezio sistemaren arabera balioetsiko dira.

3. Administrazioari helarazten dion faktura bakoitzean, enpresa esleipendunak eskainitako deskontuaren ehunekoa emango du -sektorearen ohiko *rappel* edo lortutako beste edozein hobari komertzial barne- eta, hala badagokio, agentzia komisio bat jasoko du bere zerbitzuen kontraprestazio gisa. Komisio hori zerbitzuen fakturazio garbiaren ehuneko bat izango da, hau da, publizitate euskarrien tarifa prezioekin lotutako deskontua aplikatu osteko zenbatekoaren ehuneko bat.

4. Fakturak Udalak onartutako iragarki agindu bakoitzeko igorriko dira, eta horietako bakoitzean, irismena behar bezala ulertzeko beharrezko elementu guztiak txertatuko dira -euskarria, data, formatua, unitateko prezioak, iragarki kopurua, deskontuen ehunekoak eta agentzia komisioak aplikatu osteko zenbateko gordinak eta garbiak, eta kontratuaren Zuzendaritza Teknikoak kasu bakoitzean eska ditzakeen beste guztiak-. Era berean, horien exekuzioa erantsi beharko da, betiere horien periodikotasuna eta modua bi alderdien adostasun bidez aldatu daitezkeela kontuan hartuta.

5. Derrigorrezko publizitatea (instituzionala) eta derrigorrezkoa ez den publizitatea faktura bereizietan jaso beharko dira, eta horietako bakoitzean, derrigorrezkoa den ala ez adierazi beharko da. Derrigorrezko publizitatea eta derrigorrezkoa ez dena ez dira faktura bakar batean bildu ahal izango.

6. Esleipena duen enpresak hilero bidali beharko dio Komunikazio Kabineteari hedabideei ordaindutako fakturen zerrenda.

2. La valoración de los trabajos se ajustará a los artículos 199 y 200 del RGLCAP y al sistema de determinación de precios establecido en apartado 4 del Cuadro de Características.

3. El adjudicatario descontará en cada una de las facturas a la Administración el porcentaje de descuento ofertado -incluido en éste el tradicional *rappel* del sector o cualquier otra ventaja comercial obtenida- y percibirá en su caso, en concepto de contraprestación por sus servicios, una comisión de agencia consistente en un porcentaje sobre la facturación neta de los servicios, es decir sobre el importe resultante tras la práctica del descuento referido a los precios de tarifa de los diversos soportes publicitarios.

4. Las facturas se emitirán por cada orden de inserción aprobada por el Ayuntamiento y desglosarán en cada una de ellas cuantos elementos resulten necesarios para un perfecto entendimiento de su alcance -soporte, fecha, formato, precios unitarios, número de inserciones, importes brutos y netos con porcentajes de descuento y comisiones de agencia aplicados y otras que para cada caso concreto puedan ser requeridos por la Dirección Técnica del contrato- y adjuntando la justificación de su ejecución; todo ello sin perjuicio de que tales periodicidad y forma puedan ser alteradas por acuerdo de las partes.

5. La publicidad obligatoria (institucional) y la que no lo es deberán de recogerse en facturas diferenciadas expresando en cada una de ellas si corresponden a las primeras o a las segundas. No se podrán agrupar en una única factura la publicidad obligatoria y la que no lo es.

6. La empresa adjudicataria deberá remitir mensualmente al Gabinete de Comunicación la relación de las facturas abonadas a los medios.

Donostian, sinadura egunean
Alkatetza Kabineteko Prentsa Arduraduna

