PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONCURSO, PROMOVIDO POR LA DIRECCIÓN DE GABINETE Y COMUNICACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE SALUD PARA LA CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE PLANIFICACIÓN Y COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS EN PRENSA, RADIO, TELEVISIÓN, PUBLICIDAD EXTERIOR y ON LINE, PARA DESARROLLAR CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN

1.- Objeto del contrato

El objeto de los presentes Pliegos es el de 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 on-line para desarrollar diferentes campañas de comunicación relacionadas con aspectos ligados a la salud gestionada por el Departamento de Salud.

Todo ello para dar respuesta a las funciones encomendadas a la Dirección de Gabinete y Comunicación, que son la coordinación de la política de comunicación y de las relaciones del Departamento con los medios de comunicación social, las agencias de información y la prensa en general.

2.- Servicios requeridos

La Dirección de Gabinete y Comunicación del Departamento de Salud 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 del Departamento de Salud, 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 de Salud, a la Dirección de Gabinete y Comunicación, 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.

La empresa adjudicataria deberá, si la Dirección responsable de la ejecución del servicio lo demanda, encargarse del servicio de maquetación y adaptación de originales.

Además, y atendiendo a la legalidad vigente en materia de Igualdad de Mujeres y Hombres en lo que respecta a los medios de comunicación social y publicidad, la adjudicataria garantizará que los diferentes soportes de comunicación a contratar trabajen en línea con los principios en ellos señalados.

2.1.- Campañas publicitarias

Cuando se tramiten anuncios correspondientes a campañas publicitarias, 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.

2.2.- Iniciativas informativas con medios.
Cuando se trate de tramitar colaboraciones e iniciativas informativas 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 la Dirección de Gabinete y Comunicación del Departamento de Salud tanto a nivel económico como publicitario.

2.3.- Publicidad on-line
Cuando se trate de tramitar publicidad en las versiones online de los medios, 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 a la Dirección de Gabinete y Comunicación del Departamento de Salud 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.- Publicidad en redes sociales y buscadores
La Dirección de Gabinete y Comunicación está interesada también en insertar publicidad en redes sociales y buscadores. Será necesario que la empresa adjudicataria contemple la promoción de contenidos informativos relevantes para conseguir un mayor alcance, cuando así se le notifique, al menos en las cuentas de Facebook, Instagram, LinkedIn y Twitter del Departamento de Salud y Osakidetza, así como en las cuentas de la Dirección de Gobierno Abierto.

Además, se tendrá en cuenta la inserción de publicidad en soportes como Facebook Ads, Twitter Ads y Google Adwards, entre otros, cuando así se le indique a la empresa adjudicataria.

2.5.- Otros soportes
Debido a que el presente contrato abarca las campañas que la Dirección de Gabinete y Comunicación realice durante los dos próximos años y aunque en la relación adjunta de medios de comunicación están recogidos la práctica totalidad de los soportes en los que se inserta publicidad, durante el desarrollo de cada una de las campañas el Gobierno podrá valorar la inclusión de publicidad en otros soportes distintos a los enumerados dependiendo del objetivo y destinarios de la campaña.

3.-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.
- Fuentes como EGM, CIES, KANTAR MEDIA, ARCE o INFOADEX, OJD, AIMC MARCAS y GEOMEX, o similares
- Herramientas como TomMicro, Galileo, Infosys, OJD, Dragón o Infad XXI, o similares.

4.- Supervisión y seguimiento

Las prestaciones se realizarán, en todo caso, según las directrices que determine la Dirección de Gabinete y Comunicación del Departamento de Salud quien supervisará los trabajos realizados y ejercerá el control necesario para que la gestión del contrato tenga la aplicación deseada.

La contratista comunicará por escrito a la Dirección de Gabinete y Comunicación del Departamento de Salud 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.

En Vitoria-Gasteiz, a la fecha de la firma

LARRAITZ GUEZALA OYARBIDE - 15256298F

Firmado digitalmente por LARRAITZ GUEZALA OYARBIDE - 15256298F
Fecha: 2025.08.06 16:45:12 +02'00'

Fdo.: Larraitz Gezala Oyarbide

Directora de Gabinete y Comunicación

Departamento de Salud