PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL SERVICIO DE PLANIFICACIÓN Y COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS EN PRENSA, RADIO, TELEVISIÓN, MEDIOS ON-LINE Y REDES SOCIALES PARA DESARROLLAR DIVERSAS CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN PARA DAR A CONOCER LOS PROGRAMAS Y SERVICIOS DE LA DIRECCIÓN DE JUVENTUD

1.- Objeto del contrato

Se trata del servicio de planificación y compra de espacios publicitarios en prensa, radio, televisión, medios on-line y redes sociales, en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Euskadi para desarrollar a lo largo del año diversas campañas de comunicación para la difusión de los programas y servicios impulsados desde la Dirección de Juventud y Emancipación, en el marco establecido por las Estrategias Vascas 2030 para el Reto Demográfico y para favorecer la emancipación juvenil.

2.- Servicios requeridos

La Dirección de Juventud y Emancipación 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 Juventud y Emancipación, 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 a la Dirección de Juventud y Emancipación 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.

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, así como el Código de Autorregulación para la Publicidad y la Comunicación no sexistas en Euskadi, la adjudicataria garantizará que los diferentes soportes de comunicación a contratar trabajen en línea con los principios en ellos señalados. En caso de que fuera necesaria la maquetación y adaptación de originales, dicho servicio será a cargo de la empresa adjudicataria.

La adjudicataria deberá realizar el control de calidad de los anuncios e información publicada, tanto en euskera como en castellano.

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.- Publicidad on-line, redes sociales y buscadores.

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 Juventud y Emancipación 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.

La Dirección de Juventud y Emancipación 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 y Twitter 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.

3.- Disponibilidad y Plazos de ejecución

La adjudicataria deberá estar disponible para la recepción de encargos los 365 días del año, 24 horas al día, con el fin de poder hacer frente al requerimiento de servicios urgentes.

La adjudicataria deberá presentar el plan de medios y el presupuesto en un plazo máximo de 24 horas desde la recepción del encargo por parte de la Dirección de Juventud y Emancipación.

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 INFOADEX, OJD, AIMC MARCAS y GEOMEX, o similares
- Herramientas: TomMicro, Galileo, Infosys, OJD, Dragón o Infad XXI, o similares.

5.- Supervisión y seguimiento

Las prestaciones se realizarán, en todo caso, según las directrices que determine la Dirección de Juventud y Emancipación, 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 Juventud y Emancipación cualquier eventualidad o incidencia que pueda afectar al desarrollo del contrato.

Asimismo, 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.