DOC 5

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TECNICAS

I.- OBJETO DEL CONTRATO

El objeto de este contrato es establecer las condiciones por las cuales se ha de regir la contratación de los servicios de planificación y compra de espacios publicitarios para la UPV/EHU, asumiendo, dentro del mismo, las siguientes tareas:

1. Planificación de las campañas de publicidad ya preestablecidas por la UPV/EHU.

2. Contratación de espacios publicitarios en medios de distintos soportes (prensa, radio, televisión, publicidad exterior, medios digitales, redes sociales...).

3. En el caso de anuncios oficiales e informativos, maquetación de los originales necesarios (con la presentación de pruebas para su aprobación) tras la cesión por parte de la universidad de los textos y los datos correspondientes, y de acuerdo con la Guía de Expresión de Marca de la UPV/EHU: https://www.ehu.eus/es/web/marka

4. Labor de asesoramiento general en política publicitaria e información sobre medios de comunicación y redes sociales, en distintos ámbitos territoriales.

II.-CONCRECIÓN DEL OBJETO DEL SERVICIO

La ejecución consiste en planificar campañas publicitarias, y en materializarlas a través de la contratación de espacios de promoción en medios de comunicación, soportes externos, Internet, redes sociales, etc. Por tanto, la entrega será, previsiblemente, por vía telemática, con establecimiento de calendarios de trabajo y periodificaciones. La contratación de espacios publicitarios se realizará con los medios considerados más interesantes para esa labor de difusión.

El volumen publicitario de la UPV/EHU alcanza a la totalidad de sus campus y deberá someterse, en sus extremos técnicos, visuales y de salvaguarda de la identidad corporativa, a lo establecido por la UPV/EHU a través de las guías correspondientes y de su Oficina de Comunicación. La responsabilidad de cada inserción corresponde a la persona que la solicite y deberá contar con el visto bueno del vicerrectorado, centro o servicio correspondiente. En todo caso, una vez acordada dicha inserción, la empresa contratista, en el momento de la aceptación del presupuesto, deberá comunicarlo a la Oficina de Comunicación a través del email: komunikazioa@ehu.eus, con el fin de tener constancia de esta y evitar también solapamientos.

La empresa contratista se encargará de la adaptación de los anuncios oficiales, siguiendo la Guía de Expresión de Marca de la UPV/EHU y las indicaciones generales y coyunturales que al respecto establezca la Oficina de Comunicación de la universidad. En este caso, el servicio de maquetación no encarecerá el precio final resultante de la aplicación de los descuentos ofertados.

Se considera que los licitadores ofrecen, en todo caso un servicio permanente, con la habilitación de un teléfono disponible las 24 horas del día y los 7 días de la semana.

La empresa contratista tramitará la contratación de los espacios publicitarios, realizando previamente la propuesta del plan de medios, recomendando los medios, tipo de soportes, número de inserciones, espacios, precios de tarifa, precios negociados e importe total, en función de las condiciones asumidas en la oferta presentada. Las recomendaciones de la empresa contratista en ningún caso tendrán carácter vinculante para

la universidad. Así mismo, deberá verificar el cumplimiento de las órdenes cursadas y entregar los comprobantes en sus distintos formatos una vez completada y finalizada la campaña.

Del mismo modo, y a petición de la universidad, la empresa contratista asesorará a la Oficina de Comunicación en la preparación de las acciones de comunicación, proporcionando análisis técnicos sobre medios y soportes. También informará periódicamente, a petición de la universidad, sobre la audiencia de distintos medios regionales y nacionales.

Cuando se trate de tramitar publicidad en las versiones online de los medios, en los buscadores o en redes sociales, la empresa contratista garantizará que se alcancen los públicos objetivos deseados a fin de optimizar la inversión. El adjudicatario 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 quien haya encargado el trabajo las claves de acceso para que pueda supervisar las estadísticas de audiencia y, finalizada la campaña, el adjudicatario deberá remitir un informe evaluando su rentabilidad de forma que permita estructurar adecuadamente la futura compra de medios.

La universidad se reserva el derecho a negociar directamente con los diferentes medios de comunicación mejoras en el precio de sus tarifas, pudiendo ordenar a través de la empresa contratista la publicidad resultante del eventual pacto.

La empresa contratista realizará un informe de evaluación postcampaña, para verificar el cumplimiento de la campaña planificada, así como la cantidad y afinidad de la audiencia impactada por los diferentes medios. La universidad podrá solicitar cuanta información adicional considere necesaria para analizar y valorar los resultados.

En Leioa, a 11 de enero de 2022.

Fdo.

30578242H JUAN JOSE UNZILLA (R: Q4818001B)

Firmado digitalmente por 30578242H JUAN JOSE UNZILLA (R: Q4818001B)
Fecha: 2023.01.13 13:53:14 +01'00'

Juan José Unzilla Galán

Eraldaketa Digitalaren eta Komunikazioaren arloko errektoreordea
Vicerrector de Transformación Digital y Comunicación

Fdo.

PEDRO UGARTE TAMAYO - 14960609Y

Firmado digitalmente por PEDRO UGARTE TAMAYO - 14960609Y
Fecha: 2023.01.13 13:21:59 +01'00'

Pedro Ugarte Tamayo
Komunikabideekiko Harremanetarako arduraduna
Responsable de Relaciones con los Medios de Comunicación

P.D. Este documento se publica en el perfil de contratante