PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS
Expediente nº: 30/2025-GC **Objeto de la contratación:** Planificación estratégica y compra de espacios publicitarios **Tipo de contrato:** Servicios **Procedimiento:** Abierto **Clase:** Ordinario

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DE "SERVICIOS PROFESIONALES PARA LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS EN MEDIOS"

1.- SERVICIOS REQUERIDOS. -

La empresa adjudicataria deberá elaborar el correspondiente plan de medios en función del presupuesto establecido para cada una de las campañas, de los objetivos de comunicación especificados por el Departamento de Justicia y Derechos Humanos, y del público objetivo en Comunidad Autónoma del País Vasco. Propondrá los soportes una vez analizadas las necesidades, las audiencias y su adecuación al concepto a anunciar, su penetración y rentabilidad. Así, 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, negociará con los medios los costes de inserción de la publicidad y la selección de los espacios más idóneos, y se encargará del envío de los diferentes originales a los soportes seleccionados, así como de la petición de avales y permisos necesarios para la emisión de publicidad.

Cuando se trate de tramitar la publicidad en las versiones online de los medios, la empresa adjudicataria garantizará que se alcancen los públicos deseados con el objetivo de optimizar la inversión, siendo el ámbito geográfico la Comunidad Autónoma del País Vasco. La empresa 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 Administración las claves de acceso para que pueda supervisar las estadísticas de audiencia y, finalizada la campaña, deberá remitir un informe evaluando su rentabilidad de forma que permita estructurar adecuadamente la futura compra de medios.

La empresa adjudicataria deberá tener en cuenta la difusión en las dos lenguas oficiales existentes: castellano y euskera.

De forma esquemática, las tareas a realizar por la empresa adjudicataria son las siguientes:

a) Planificación estratégica, reserva y compra de espacios publicitarios (prensa, medios y plataformas digitales, redes sociales, radio, televisión y soportes exteriores).
b) Adaptación y distribución de las piezas que conformen la acción de comunicación a los distintos medios y soportes publicitarios.
c) Ejecución y seguimiento de las acciones de comunicación a través de informes post-acción en los que se analicen los resultados, así como la audiencia y cobertura alcanzada.
e) Asesoramiento en políticas publicitarias e información sobre medios de comunicación y redes sociales en distintos ámbitos territoriales

2.- ÓRDENES DE TRABAJO. -

El Departamento cursará las ordenes de tramitación de publicidad con indicación de los soportes o medios a contratar, fecha de inserción y espacio con el fin de que la empresa adjudicataria proceda a su contratación.

La empresa adjudicataria mantendrá la necesaria comunicación con el departamento en el desarrollo de sus responsabilidades y tareas, bien a través de reuniones presenciales y/o a través de otros canales de comunicación.

3.-OFERTAS ECONÓMICAS. -

La empresa adjudicataria percibirá en concepto de contraprestación por sus servicios una comisión de cursado y cederá en factura a la Administración los descuentos que considere oportunos a partir de las tarifas oficiales de los medios de comunicación incluidos en el anexo de proposición económica, sin tener en cuenta rápeles, paquetes comerciales u otro tipo de ofertas especiales.

4.- OTROS ASPECTOS DE LA CONTRATACIÓN

La entidad adjudicataria habrá de acreditar los recursos personales y materiales necesarios y utilizarlos para el desarrollo de la actividad contratada. Las personas vinculadas a la ejecución del contrato dependerán funcional y orgánicamente de la empresa adjudicataria.

La empresa adjudicataria asumirá además los riesgos, obligaciones y responsabilidades propias del desarrollo de la actividad empresarial.

La propuesta deberá argumentar la planificación y agenda más adecuada para la mayor rentabilidad y eficacia de las campañas.

Una vez adjudicado el contrato, el Departamento de Justicia y Derechos Humanos facilitará a la empresa adjudicataria los materiales de cada campaña.

Todos los gastos que se deriven de las tareas mencionadas en el primer apartado deberán incluirse en el presupuesto.

En Vitoria-Gasteiz, a 2 de diciembre de 2025

SILVIA FERNANDEZ PEREZ - 44678869N

Firmado digitalmente por SILVIA FERNANDEZ PEREZ - 44678869N
Fecha: 2025.12.02 09:14:33 +01'00'

Fdo.: Silvia Fernández Pérez

Kabineteko eta Komunikazioko zuzendaria

Directora de Gabinete y Comunicación