



PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARTICULARES DEL EXPEDIENTE DE CONTRATACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA DE CREATIVIDAD, PLANIFICACIÓN DE MEDIOS, COMPRA DE ESPACIOS Y DIFUSIÓN DEL PROGRAMA ALOKAPLUS – PROGRAMA ALQUILER SEGURO

I.- CONTEXTO

El acceso a la vivienda constituye una de las principales preocupaciones de la ciudadanía vasca y uno de los ámbitos prioritarios de actuación del Departamento de Vivienda y Agenda Urbana del Gobierno Vasco.

La creciente tensión existente en determinados mercados locales de alquiler, especialmente en los municipios declarados como zonas de mercado residencial tensionado, exige desplegar políticas públicas capaces de incrementar la oferta disponible, favorecer la estabilidad residencial, reforzar la seguridad jurídica de las relaciones arrendaticias y promover una mayor incorporación de vivienda al mercado de alquiler asequible.

En este contexto, el Departamento de Vivienda y Agenda Urbana impulsa Alokaplus I – Programa Alquiler Seguro, una medida orientada a ofrecer garantías económicas y jurídicas a las personas propietarias que incorporen sus viviendas al mercado de alquiler en las condiciones establecidas por la futura regulación del programa.

La medida pretende contribuir a movilizar vivienda hacia el alquiler asequible mediante un sistema de protección frente a situaciones de impago, desperfectos y otros riesgos asociados al arrendamiento, favoreciendo simultáneamente la moderación de rentas y la ampliación de la oferta disponible.

La novedad de la iniciativa, su complejidad técnica y normativa, así como la necesidad de generar confianza entre los potenciales beneficiarios del programa, hacen necesario desarrollar una campaña específica de comunicación institucional que facilite su conocimiento, comprensión y despliegue efectivo.

II.- OBJETO DEL PRESENTE PLIEGO

El contrato tiene por objeto la prestación integral de los servicios de creatividad, producción, planificación de medios, compra de espacios publicitarios, difusión, seguimiento y evaluación de una campaña institucional destinada a dar a conocer Alokaplus I – Programa Alquiler Seguro.

La prestación comprenderá todas las actuaciones necesarias para la correcta conceptualización, desarrollo, ejecución y evaluación de la campaña, incluyendo la elaboración de propuestas creativas, producción de materiales, adaptación a soportes y formatos, contratación de medios y análisis de resultados.

La campaña perseguirá los siguientes objetivos:

- Dar a conocer Alokaplus I como una nueva herramienta pública de alquiler seguro.
- Explicar de manera sencilla y comprensible las características esenciales del programa.
- Generar confianza entre las personas propietarias potencialmente destinatarias de la medida.

Donostia - San Sebastián, 1. 01010 VITORIA-GASTEIZ





- Favorecer la incorporación de vivienda al mercado de alquiler asequible.
- Reforzar la percepción de equilibrio entre protección a propietarios y acceso a la vivienda.
- Asociar el programa a conceptos como seguridad, certidumbre, utilidad práctica y responsabilidad pública.
- Facilitar la derivación hacia los canales oficiales de información y tramitación.

III.- EJECUCIÓN DE LOS TRABAJOS

Los trabajos a llevar a cabo serán la realización de un plan de medios que responda a los objetivos fijados por el Departamento. El adjudicatario deberá proponer el plan de medios y contratar los espacios, verificando el cumplimiento de las órdenes cursadas y entregando los comprobantes e informes de evaluación una vez completada y finalizada la campaña.

1. ANUNCIOS

- En el caso de que se tramiten anuncios de campañas publicitarias u otros, el adjudicatario elaborará un plan de medios ajustado a los requerimientos del pliego correspondiente, optimizando los recursos y rentabilizando la inversión realizada. El adjudicatario negociará tácticamente condiciones añadidas, en términos cualitativos y cuantitativos, con los soportes o adoptará aquellas negociaciones que el Departamento haya alcanzado con algún soporte publicitario. El adjudicatario se encargará de la adaptación y envío de los diferentes originales a los soportes seleccionados, así como de la petición de avales y permisos necesarios para la emisión de publicidad. Estos gastos correrán a cargo de la adjudicataria.

2. PUBLICIDAD ONLINE.

- Cuando se trate de tramitar publicidad en las versiones online de los medios, en los buscadores o en redes sociales, el adjudicatario garantizará que se alcancen los públicos objetivos deseados con el objetivo 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 al Departamento 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.

3. PUBLIRREPORTAJES Y COLABORACIONES CON MEDIOS

- Cuando se trate de tramitar publrreportajes y colaboraciones en y con medios de comunicación, el adjudicatario se encargará de cursar las órdenes oportunas para su realización y del cumplimiento de los acuerdos para ello alcanzados por el Departamento, tanto a nivel económico como publicitario.

El Departamento cursará al adjudicatario las órdenes de tramitación de publicidad con indicación de los medios y soportes a contratar, fechas, formatos, precios y espacios requeridos con el fin de que se proceda a su contratación. La adjudicataria facilitará en soporte electrónico un modelo de 'orden de trabajo' para facilitar el cursado.

El abono del precio del contrato se realizará mediante **dos pagos**, previa conformidad de la persona responsable del contrato respecto de las prestaciones efectivamente ejecutadas:



- **Un primer pago del 30 % del importe de adjudicación**, una vez presentada y aprobada la propuesta estratégica y creativa de la campaña, incluyendo la conceptualización general, planificación y diseño de las acciones y soportes previstos.
- **El 70 % restante**, una vez ejecutadas íntegramente las prestaciones objeto del contrato, entregados todos los materiales y soportes previstos en el Pliego de Prescripciones Técnicas y emitida la correspondiente conformidad técnica por parte del responsable del contrato.

IV.- DOCUMENTACIÓN A ENTREGAR

La empresa adjudicataria remitirá al Departamento los informes de audiencias de los que disponga (CIES, EGM o similares) en cuanto reciba las actualizaciones de los mismos.

Al finalizar el contrato, la empresa adjudicataria deberá haber entregado a las personas responsables del contrato:

- Comprobantes de anuncios.
 - Informes de evaluación de las campañas realizadas.
 - Informes de evaluación de la rentabilidad de las campañas online realizadas.
- Todos los materiales creativos y de campaña se proporcionará en ambas lenguas oficiales.

V.- DOCUMENTACIÓN FACILITADA POR LA DIRECCIÓN DE SERVICIOS

Las personas responsables de este contrato pondrán a disposición de la empresa adjudicataria los documentos que se consideren necesarios para la realización de los trabajos encomendados, entre otros:

- Planificación estimada de campañas para los siguientes meses.
- Creatividades de las campañas que serán objeto de divulgación a través de la planificación y compra de espacios, así como las adaptaciones de las que se disponga.

VI.- EQUIPO DE TRABAJO MÍNIMO

A efectos de garantizar la adecuada ejecución del contrato, las licitadoras deberán prever un equipo multidisciplinario con perfiles adecuados para la ejecución del contrato.

El equipo de trabajo deberá estar integrado, como mínimo por los siguientes perfiles profesionales:

- Una persona para **Dirección del proyecto** (incluyendo las labores de coordinación).
- Una persona en **Dirección creativa**.
- Una persona como **Redactor/a creativo/a** (que debe disponer obligatoriamente de la correspondiente acreditación de competencia lingüística en euskera (nivel **C1, EGA o equivalente**),
- Una persona como **Diseñador/a de Arte**.
- Una persona como **Diseñador/a gráfico/a**
- Una persona como **Diseñador/a digital**.

Al menos una persona del **equipo de CREACIÓN** deberá cumplir obligatoriamente los siguientes requisitos **de forma conjunta (la misma persona)**:

- Acreditar una titulación universitaria (licenciatura o grado equivalente) en **Publicidad y Relaciones Públicas o equivalente** en su desempeño.



- Acreditación de competencia lingüística en euskera (**nivel C1, EGA o equivalente**), siendo esta exigencia obligatoria para el/la redactor/a creativo/a.
- Experiencia profesional acreditada mínima de **5 años en trabajos de comunicación creativa, multimedia y audiovisual**.