



PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE PLANIFICACIÓN DE LA ESTRATEGIA PUBLICITARIA, COMPRA DE ESPACIOS EN MEDIOS Y SEGUIMIENTO DE LAS CAMPAÑAS INSTITUCIONALES

Objeto de la contratación: Servicio de planificación de la estrategia publicitaria, compra de espacios en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Euskadi, circunstancialmente en otras comunidades o en el conjunto del Estado Español, e incluso fuera de él, y seguimiento de las campañas institucionales

Tipo de contrato: contrato administrativo de servicios.

Procedimiento: abierto.

Clase: ordinario.

1. Objeto

El objeto de estos Pliegos es fijar las condiciones técnicas que regirán el presente contrato, cuyo objeto es el asesoramiento y planificación de estrategia publicitaria, compra de espacios y el seguimiento de:

- Anuncios oficiales exigidos por las normas legales aplicables.
- Anuncios e iniciativas informativas de pago en medios de comunicación.
- Anuncios relativos a campañas publicitarias contratadas por Gobierno Vasco en medios convencionales, digitales y exterior.
- Anuncios e iniciativas informativas en el ámbito internacional.

Con ello se persigue de satisfacer necesidades propias para el correcto cumplimiento de las funciones asignadas a la Secretaría General de Comunicación e Innovación Social, entre las que se encuentran las de diseñar, dirigir y coordinar la estrategia de comunicación integral del Gobierno Vasco y establecer y coordinar su política de comunicación y publicidad institucional.

2. Servicios requeridos

La Secretaría General de Comunicación e Innovación Social solicitará a la empresa contratista:

- La planificación de la estrategia publicitaria, indicándole los objetivos y el *target* que se fije en cada caso, el ámbito que se quiere abarcar y el presupuesto.
- La compra y activación de las campañas en diferentes soportes de comunicación, tanto convencionales como digitales. Cuando sea necesaria la adaptación del texto al formato en que se vaya a publicar, se deberá controlar su calidad bilingüe, de forma que las redacciones en ambos idiomas oficiales mantengan su estructura y estilo propios.
- El seguimiento de las campañas mediante un sistema de “reporting”- siempre y cuando se disponga de datos de medición-, la entrega de comprobantes e informe de cierre y la verificación y control de calidad bilingüe de todas las piezas.

A tal fin, este órgano de contratación cursará a la empresa las órdenes de tramitación de publicidad con indicación de los soportes o medios a contratar, las fechas de inserción y los espacios requeridos, siempre en función del presupuesto disponible.



La contratista propondrá a este órgano de contratación el plan de medios y su presupuesto, contratará los espacios publicitarios en las fechas y medios seleccionados, verificará el cumplimiento de las órdenes cursadas y entregará sus comprobantes una vez finalizada la campaña.

Asimismo, hará un seguimiento periódico de las campañas activas reportando los datos de los medios que dispongan de ellos y, una vez terminada la misma, se presentará una evaluación multicanal que determinará el alcance, la frecuencia y los GRPs obtenidos.

También se encargará del servicio de maquetación y adaptación de las creatividades 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, así como el *Código de Autorregulación para la Publicidad y la Comunicación no sexistas* en Euskadi, la contratista garantizará que los diferentes soportes de comunicación a contratar trabajen en línea con los principios en ellos señalados.

2.1.- Anuncios oficiales o informativos

En el caso de los anuncios oficiales en los diarios, el órgano de contratación facilitará el texto y las orlas de los anuncios a la contratista, por medios telemáticos, para que proceda a la maquetación que corresponda en función del medio en que se vaya a publicar y de su contenido. Este remitirá la maqueta del anuncio, junto con la planificación de medios y su presupuesto, a la Dirección de Identidad Corporativa para su aprobación y, tras su visto bueno, lo enviará a los diferentes medios.

2.2.- Campañas publicitarias

Cuando se tramiten anuncios correspondientes a campañas publicitarias, la contratista deberá elaborar el correspondiente plan de medios en función del presupuesto, de los objetivos de comunicación y del *target*. Propondrá el *mix* de medios, formatos y presupuesto una vez analizadas las audiencias, el alcance de los soportes y su 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, negociará con los medios los costes de inserción de la publicidad -en el caso de medios no incluidos en la oferta económica con los que ya se ha pactado un descuento – y la selección de los espacios más idóneos.

2.3.- Iniciativas informativas de pago en medios de comunicación

Cuando se trate de tramitar colaboraciones e iniciativas informativas de pago con diferentes medios de comunicación, la contratista se encargará de cursar las órdenes oportunas para su realización y del cumplimiento de los acuerdos para ello alcanzados, tanto a nivel económico como publicitario.



2.4.- Publicidad digital

Cuando se trate de publicidad digital, reportará periódicamente los datos (usuarios únicos, impresiones, clics, CTR...) de la campaña y sugerirá las variaciones necesarias para optimizar la inversión durante su divulgación. Además, facilitará a la Dirección de Identidad Corporativa las claves de acceso a Dashboards o a plataformas publicitarias para que pueda supervisar dichos datos y, finalizada la campaña, remitirá un informe evaluando el cierre de forma que permita plantear adecuadamente la futura compra de espacios.

En las acciones de publicidad digital que incluyan compra programática, la contratista deberá garantizar la aplicación de medidas de *brand safety* y la exclusión de soportes, ubicaciones o contenidos contrarios a la imagen e identidad institucional del Gobierno Vasco, así como la verificación previa de listas blancas y negras (*whitelists* y *blacklists*) que aseguren la idoneidad de los entornos en los que se difunda la campaña.

Asimismo, deberá proteger la difusión frente a ubicaciones inadecuadas como contenidos extremistas, desinformación, discursos de odio, publicaciones sensacionalistas u otros contextos perjudiciales, asegurar la transparencia en la cadena de suministro publicitario digital, emplear herramientas de *ad-serving* y verificación independiente siempre que sea posible, y garantizar la trazabilidad completa de resultados y ubicaciones en los informes de seguimiento.

Estas obligaciones serán aplicables a todas las acciones ejecutadas mediante DSPs, redes sociales, plataformas de vídeo y entornos de *display*.

2.5.- Publicidad en redes sociales y buscadores

La Secretaría General de Comunicación e Innovación Social también podrá solicitar la inserción de publicidad en redes sociales y buscadores. En estos casos, será necesario que la contratista contemple la posibilidad de promocionar contenidos informativos relevantes para conseguir un mayor alcance, todo ello a través de las cuentas de las que ya dispone la Dirección de Gobierno Abierto, Irekia.

Asimismo, en ciertas campañas es posible que se requiera la activación de campañas de SEM en buscadores. En tal caso, la contratista planificará un listado de palabras clave y propondrá una estructura de campañas y anuncios. Una vez validado todo por el órgano de contratación, las campañas se activarán y, al igual que con el resto de las acciones en medios online, se realizará su seguimiento y optimización por parte de la agencia.

2.6.- Anuncios e iniciativas informativas en el ámbito internacional

El órgano de contratación podrá indicar a la contratista la necesidad de contratar espacios publicitarios en las fechas y medios internacionales que se le indiquen, tras lo cual 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.

Previamente, la contratista deberá informar del perfil de las y los lectores de los medios, difusión, tarifa, formatos, plazos, calendario editorial, ediciones especiales y ranking de audiencias comparados.

3. Equipo de trabajo

Con el fin de garantizar una correcta prestación del servicio, la empresa contratista deberá adscribir a su ejecución, con carácter mínimo y obligatorio, un equipo de trabajo suficiente y adecuado a las funciones a desarrollar, que deberá mantenerse durante toda la vigencia del contrato.

La composición mínima del equipo de trabajo y las funciones a desempeñar es la que a continuación se expone. La mejora de estos mínimos, así como la metodología propuesta para la prestación del servicio, son tenidas en cuenta como criterio de adjudicación establecido en el PCAP.

3.1. Composición mínima y funciones del equipo

La contratista deberá adscribir a la ejecución del contrato un equipo integrado por, al menos, dos personas que deberán cubrir de forma efectiva las siguientes funciones básicas:

- Coordinación y gestión del contrato, incluyendo la interlocución con el órgano de contratación y el seguimiento general del servicio.
- Diseño y planificación de la estrategia publicitaria y de medios, de acuerdo con los objetivos definidos.
- Seguimiento, análisis y evaluación de las campañas, incluyendo la elaboración de informes periódicos y memoria final.

La contratista podrá organizar internamente el reparto de funciones entre las personas integrantes del equipo, siempre que se garantice la correcta ejecución del contrato y la cobertura efectiva de todas las funciones descritas.

3.2. Cualificación mínima del equipo

El equipo adscrito al contrato deberá contar con la cualificación profesional necesaria para el adecuado desarrollo de las funciones indicadas, debiendo cumplir, como mínimo, las siguientes condiciones:

- Formación relacionada con el ámbito de la comunicación, el marketing, la publicidad o materias afines
- Experiencia profesional de cada uno de sus miembros de, al menos, tres años en la prestación de servicios de naturaleza y complejidad similares a los del objeto del contrato.

3.3. Capacitación lingüística

La contratista deberá garantizar que el equipo adscrito al contrato dispone de la capacitación lingüística suficiente para la correcta ejecución del servicio y para atender las necesidades de comunicación, coordinación y elaboración de documentación que se deriven del mismo, sin que se exija dicha capacitación a un perfil profesional concreto.

4. Recursos mínimos necesarios

Los recursos mínimos necesarios que se deberán acreditar y poner a disposición de la Secretaría General de Comunicación e Innovación Social 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, televisión e internet.
- Programas de gestión y administración.
- Programas de diseño y maquetación para adaptaciones: Photoshop, indesign, quarkxpress, o similares.
- Acceso a fuentes de datos profesionales del sector: EGM, CIES, KANTAR MEDIA, ARCE o INFOADEX, OJD, AIMC MARCAS y GEOMEX, o similares.
- Herramientas de planificación y evaluación de audiencias: TomMicro, Galileo, Infosys, OJD, Dragón o Infad XXI, o similares.
- Accesos de lectura a plataformas de compra de medios digitales (SEM, DSPs de compra programática, redes sociales...).
- Sistemas que permitan “reporting” periódico de las campañas institucionales y de su cierre.
- Herramientas de control de calidad bilingüe.

5. Entregables obligatorios

La adjudicataria entregará, como mínimo:

- Plan de medios preliminar.
- Plan de medios definitivo.
- Informes periódicos de seguimiento por soporte.
- Comprobantes de inserción de todos los soportes.
- Informe de cierre multicanal, incluyendo:
 - cobertura deduplicada,
 - OTS,
 - alcance,
 - eficacia,
 - eficiencia económica,
 - aprendizajes y recomendaciones.
- Control de calidad bilingüe documentado.
- Justificación de tarifas, descuentos, negociaciones y costes.

6. Duración del contrato

La duración del contrato será de doce meses desde el día siguiente a su firma, con posibilidad de prorrogarlo por un plazo de hasta otros doce meses.

7. Supervisión y seguimiento



Las prestaciones se realizarán, en todo caso, según las directrices que determine la Secretaría General de Comunicación e Innovación Social, quien supervisará los trabajos realizados y ejercerá el control necesario para que la gestión del contrato tenga la aplicación deseada.

La empresa adjudicataria comunicará por escrito a dicha Secretaría cualquier eventualidad o incidencia que pueda afectar al desarrollo del contrato. Asimismo, le deberá informar 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, la normativa de Identidad Corporativa y el Código de publicidad no sexista.

8. Confidencialidad

La empresa adjudicataria deberá respetar el carácter confidencial de toda la información a la que tenga acceso con ocasión de la ejecución del contrato y que se califique como tal en el pliego o que, por su naturaleza, deba ser tratada como confidencial. En particular, se considerarán confidenciales, no pudiendo ser objeto de publicación o difusión, las informaciones, documentos, archivos o especificaciones en cualquier soporte que sean facilitadas a la contratista o a las que tenga acceso como consecuencia de la ejecución del contrato. Este deber de confidencialidad se mantendrá indefinidamente, incluso una vez finalizado el contrato. Todo el personal adscrito al servicio deberá firmar un compromiso de confidencialidad. Asimismo, la adjudicataria garantizará el cumplimiento de la Normativa de Seguridad de la Información para Proveedores del Gobierno Vasco y del Esquema Nacional de Seguridad (ENS).

9. Dependencia del personal participante en la ejecución del contrato

La empresa adjudicataria pondrá a disposición de la actividad el personal necesario y adecuado para garantizar el máximo nivel de calidad en la prestación del servicio, siendo el Gobierno Vasco ajeno a las relaciones laborales que se establezcan. Dicho personal dependerá funcional y orgánicamente de la adjudicataria, quien asumirá todos los derechos y deberes inherentes a su condición de empleador, conforme a la legislación laboral vigente. El personal será contratado por cuenta de la adjudicataria, siendo a su cargo el pago de haberes, cuotas a la Seguridad Social y demás obligaciones fiscales, así como la cobertura de contingencias por accidentes de trabajo y enfermedades profesionales. El personal adscrito al contrato no tendrá vínculo laboral alguno con el Gobierno Vasco.

10. Facturación y pago

La empresa adjudicataria facturará los servicios prestados a la finalización de la campaña. Se deberán entregar los comprobantes de inserción y los informes de cierre y, tras su aprobación y conformidad por parte de la Secretaría General de Comunicación e Innovación Social, se procederá al pago de la factura.



El encargo de anuncios puntuales, no insertos en campañas planificadas, se facturará a mes vencido y se pagará una vez entregados los comprobantes de la publicidad insertada y de su emplazamiento.

En las facturas se aplicarán las comisiones y descuentos ofertados en el proceso de valoración de las ofertas. Los gastos que se generen por el envío de originales o los gastos de transferencia bancaria en la realización de los pagos a los medios no estarán incluidos en la comisión y se desglosarán en la misma factura.

Las diferencias en cambio que se produzcan por las transferencias en divisas al exterior se deberán liquidar en un plazo no superior a los 60 días, debidamente justificadas

11. Protección de datos de carácter personal y propiedad intelectual

La adjudicataria garantizará el cumplimiento del Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) y de la Ley Orgánica 3/2018, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, en el tratamiento de datos cedidos por la Administración. Todos los documentos, materiales y resultados generados en la ejecución del contrato serán propiedad exclusiva del Gobierno Vasco.

12. Cláusula de perspectiva de género

La empresa adjudicataria, tanto en la elaboración y presentación de su oferta como durante toda la vigencia del contrato, deberá garantizar el uso de un lenguaje e imágenes no sexistas en todos los documentos, materiales y contenidos, ya sean escritos o digitales, que se generen en el marco de la prestación. Asimismo, en cualquier estadística o informe que haga referencia a personas, los datos deberán presentarse desagregados por sexo. Estas obligaciones se establecen en cumplimiento de la Ley 4/2005, de Igualdad de Mujeres y Hombres, y del Decreto Legislativo 1/2023, que fijan los principios generales de igualdad y no discriminación en la contratación pública.