



PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LOS SERVICIOS DE ESTRATEGIA, PLANIFICACIÓN Y COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS, TANTO EN ON COMO EN OFF LINE.

1.- **Objeto.** El objeto de los presentes Pliegos es fijar las condiciones técnicas que regirán la contratación de los servicios de estrategia, planificación y gestión de la contratación y compra de espacios publicitarios, así como los servicios de creatividad y producción que resulten necesarios para la materialización de los contenidos de los citados espacios en cualquiera de sus modalidades o el desarrollo de eventos públicos relacionados. Las actividades citadas tendrán como ámbito de desarrollo principal la CAPV y circunstancialmente en otras comunidades o en el conjunto del Estado español, e incluso fuera de él.

El adjudicatario deberá ofrecer una respuesta integral definiendo los medios y soportes más adecuados para la difusión de los contenidos, la planificación y compra de los espacios publicitarios en esos medios y el apoyo puntual para materializar o adaptar los contenidos de la comunicación a las necesidades específicas de su publicación en los medios contratados.

El objeto citado se realizará básicamente mediante el desarrollo de tareas en tres ámbitos diferenciados, siempre con un enfoque unitario e integrado:

- Asesoramiento sobre los medios y soportes más adecuados para la difusión de las políticas públicas del Departamento de Vivienda y Agenda Urbana.
- Planificación y compra de espacios publicitarios, de acuerdo con los objetivos de comunicación señalados y optimizando el rendimiento de los recursos invertidos.
- Servicios de apoyo en materia de creatividad y producción para el desarrollo puntual de los contenidos de comunicación a incluir en los espacios contratados.

Estas tareas se realizarán en relación con cualquiera de las actuaciones para la comunicación y difusión de las políticas públicas del Departamento y Agenda Urbana y, en concreto, en relación con:

- Anuncios oficiales exigidos por las normas legales aplicables.
- Anuncios informativos
- Anuncios relativos a campañas publicitarias contratadas por el Departamento de Vivienda y Agenda Urbana del Gobierno Vasco.
- Publireportajes y colaboraciones en medios de comunicación para la difusión de informaciones de interés para la ciudadanía.
- Presentaciones públicas, reuniones, eventos y cualesquiera otras actividades de interés para la comunicación pública del Departamento.

De esta manera, el adjudicatario pondrá a disposición del Departamento una plataforma de servicios plenos para ofrecer al Departamento los medios y espacios más adecuados para la difusión de sus mensajes y la materialización de los soportes asociados con dichos medios y espacios. Todo ello con la finalidad de satisfacer las necesidades propias para el correcto funcionamiento de la Administración.



2. Servicios requeridos. El Departamento solicitará a la adjudicataria la realización de un plan de medios que responda a los objetivos fijados por el mismo.

El adjudicatario deberá proponer el plan de medios y contratar los espacios, verificando el cumplimiento de las órdenes cursadas y entregando los comprobantes en sus distintos formatos una vez completada y finalizada la campaña.

2.1. Anuncios oficiales o informativos. En el caso de los anuncios oficiales en los diarios, el Departamento facilitará el texto y las orlas al adjudicatario por medios telemáticos para que proceda a la maquetación correspondiente de los originales necesarios derivados del plan de medios. El adjudicatario remitirá el anuncio junto con la planificación y el presupuesto de medios a la Administración para su aprobación. Una vez aprobadas ambas, se procederá al envío de órdenes y materiales a los soportes seleccionados. El servicio de maquetación estará incluido en los precios ofertados en el anexo de proposición económica

2.2. Anuncios de campañas publicitarias. En el caso de que se tramiten anuncios de campañas publicitarias cuya creatividad haya sido ya contratada con anterioridad, 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.

2.3. 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.

2.4. Publireportajes y colaboraciones con medios. Cuando se trate de tramitar publireportajes 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.

2.5. Servicios de apoyo en creatividad y producción. Las empresas licitadoras deberán ofrecer al Departamento los servicios necesarios para materializar los contenidos de los soportes publicitarios objeto de difusión o desarrollar los eventos públicos o presentaciones para la difusión de sus políticas públicas. La prestación de estos servicios se



realizará a demanda del Departamento y previa presentación de al menos dos propuestas con su correspondiente presupuesto. Estos trabajos podrán ejecutarse por medios propios o subcontratación de terceros.

2.6. Órdenes de trabajo. 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.

2.7. Ofertas económicas. El adjudicatario percibirá, en concepto de contraprestación por sus servicios, una comisión de cursado y cederá en factura al Departamento los descuentos que considere oportunos a partir de las tarifas oficiales de los soportes de comunicación incluidos en el anexo de proposición económica, sin tener en cuenta rappes, paquetes comerciales u otro tipo de ofertas especiales. En el caso de descuentos no contemplados en el catálogo de las tarifas oficiales de los medios, los licitadores aportarán un documento que confirme la cesión de dichos descuentos por parte de los medios a la agencia.

Los servicios de apoyo a la creatividad y producción se facturarán de acuerdo con el presupuesto presentado y aprobado previamente por el Departamento. El adjudicatario indicará la comisión aplicada por la gestión y coordinación de dichos trabajos, debiendo estar ésta de acuerdo con la oferta presentada.