



## PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARTICULARES DEL EXPEDIENTE DE CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE ESTRATEGIA, PLANIFICACIÓN Y COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS DEL DEPARTAMENTO

### I.- CONTEXTO

El Departamento de Planificación Territorial, Vivienda y Transportes es el competente de impulsar servicios y programas vinculados a la agenda urbana y la regeneración de barrios, el acceso a la vivienda y la creación de infraestructuras de movilidad sostenible así como la prestación de servicios ferroviarios y tranviarios.

Para cumplir con el objetivo de acercar dichos programas y servicios a la ciudadanía de Euskadi y favorecer su utilización, resulta preciso acompasar las acciones para su divulgación a través de los canales preestablecidos del Gobierno Vasco con otras acciones de difusión masiva a través de distintos soportes en medios de comunicación –radio, televisión, medios digitales, medios impresos, entre otros-, soportes online –redes sociales, buscadores, etc.- y soportes exteriores.

### II.- OBJETO DEL PRESENTE PLIEGO

Es objeto del presente Pliego definir las Prescripciones Técnicas Particulares que regirán la contratación de los servicios de estrategia, planificación y gestión de la contratación y compra de espacios publicitarios, en cualquiera de sus modalidades, en el ámbito principalmente de la CAV y circunstancialmente en otras comunidades autónomas o en el conjunto del Estado español, e incluso fuera de él.

Se trata de asesorar y ejecutar la planificación y compra de:

- anuncios informativos
- anuncios relativos a campañas publicitarias contratadas por el Departamento de Planificación Territorial, Vivienda y Transportes del Gobierno Vasco.
- publinreportajes y colaboraciones en medios de comunicación para la difusión de informaciones de interés para la ciudadanía.

Con ello se trata de satisfacer las necesidades propias para el correcto funcionamiento de la Administración y para la adecuada difusión de los servicios disponibles para la ciudadanía.

### 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.

Donostia - San Sebastián, 1. 01010 VITORIA-GASTEIZ



## 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 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 rapeles, 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.

## **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.

## **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.- DURACIÓN DEL CONTRATO**

24 meses, con posibilidad de prórroga por otros 24 meses adicionales.

- Fecha de inicio: 18 de febrero de 2025 o, en caso de que el procedimiento de adjudicación de este servicio se realice en fechas posteriores, al día siguiente de la firma del contrato.
- Fecha de fin: 18 de febrero de 2027 o, en caso de que la fecha de inicio haya sido posterior al 18 de febrero de 2025, 24 meses después de la fecha de inicio efectiva.