



PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TECNICAS DEL CONCURSO,  
PROMOVIDO POR EL DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN, PARA LA  
CONTRACIÓN DE LOS SERVICIOS DE PLANIFICACIÓN Y COMPRA  
DE ESPACIOS PUBLICITARIOS EN PRENSA, RADIO, TELEVISIÓN,  
PUBLICIDAD EXTERIOR y ON LINE

**1.- Objeto del Contrato.** El objeto de los presentes Pliegos es el fijar las condiciones técnicas que regirán en la contratación de los servicios de Planificación y compra de espacios publicitarios en prensa, radio, televisión, publicidad exterior y on-line en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Euskadi y circunstancialmente en otras comunidades, o en el conjunto del Estado Español, e incluso fuera de él, para los ejercicios 2021 y 2022 con posibilidad de prórroga por otros 2 años más.

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

- Anuncios oficiales exigidos por las normas legales aplicables.
- Anuncios informativos.
- Anuncios relativos a campañas publicitarias contratadas, por el Departamento de Educación, que no hayan incluido un plan de medios.
- Publireportajes y/o colaboraciones con medios para difusión de informaciones de interés para la ciudadanía.

Con ello se trata de satisfacer necesidades propias para el correcto funcionamiento de la Administración.

**2.- Servicios requeridos.** El Departamento solicitará al adjudicatario la inserción de publicidad en diferentes soportes de comunicación con indicación de los objetivos y el público destinatario que fije en su momento.

En concreto, la Dirección de Gabinete y Comunicación, cursará al adjudicatario las ordenes de tramitación de publicidad con indicación de los soportes o medios a contratar, fechas de inserción y espacios requeridos, en función del presupuesto disponible con el fin de que proceda a su contratación.

El adjudicatario propondrá al Departamento el plan de medios y el presupuesto, contratará los espacios publicitarios en las fechas y medios seleccionados, verificará el cumplimiento de las órdenes cursadas y entregará los comprobantes de las mismas una vez 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 de los anuncios oficiales al adjudicatario por medios telemáticos para que proceda a la maquetación correspondiente de los originales necesarios, derivados del plan de medios. El adjudicatario remitirá la maqueta del anuncio junto con la planificación de medios y su presupuesto, a la Dirección de Gabinete y Comunicación para su aprobación y, con su visto bueno, procederá a su envío a los diferentes medios. El servicio de maquetación estará incluido en los precios ofertados en el anexo de proposición económica.

### **2.2.- Campañas publicitarias**

En el caso de que se tramiten anuncios correspondientes a campañas publicitarias, cuya creatividad haya sido ya contratada con anterioridad, el adjudicatario deberá elaborar el correspondiente plan de medios en función del presupuesto, de los objetivos de comunicación y del público objetivo. Propondrá los soportes y su presupuesto, una vez analizadas las audiencias y su adecuación al producto a anunciar, su penetración y 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, el adjudicatario negociará con los medios los costes de inserción de la publicidad y la selección de los espacios más idóneos, se encargará de la adaptación y el 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 *on-line***

Cuando se trate de tramitar publicidad en las versiones online de los medios o en los buscadores, el adjudicatario garantizará que se alcancen los públicos objetivo 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/o colaboraciones con medios.**

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

**3.- 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 cursado” para facilitar el cursado