# PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO, PROMOVIDO POR LA DIRECCIÓN DE GABINETE DEL DEPARTAMENTO DE SALUD PARA LA CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE PLANIFICACIÓN Y COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS EN PRENSA, RADIO, TELEVISIÓN, PUBLICIDAD EXTERIOR y ON LINE, PARA DESARROLLAR CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN RELACIONADAS CON LA COVID-19

## 1.- Objeto del contrato

El objeto de los presentes Pliegos es el de 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 para desarrollar diferentes campañas de comunicación relacionadas con la COVID-19 y sus consecuencias en el sistema sanitario gestionada por el Departamento de Salud.

Todo ello para dar respuesta a las funciones encomendadas a la Dirección de Gabinete, que son la coordinación de la política de comunicación y de las relaciones del Departamento con los medios de comunicación social, las agencias de información y la prensa en general.

## 2.- Servicios requeridos

La Dirección de Gabinete del Departamento de Salud solicitará a la empresa adjudicataria 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 del Departamento de Salud, cursará a la empresa adjudicataria las órdenes 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.

La empresa adjudicataria propondrá a la Dirección de Comunicación del Departamento de Salud, 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.

La empresa adjudicataria deberá, si la Dirección responsable de la ejecución del servicio lo demanda, encargarse del servicio de maquetación y adaptación de 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 adjudicataria garantizará que los diferentes soportes de comunicación a contratar trabajen en línea con los principios en ellos señalados.

**2.1.- Campañas publicitarias**
Cuando se tramiten anuncios correspondientes a campañas publicitarias, la empresa adjudicataria 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, la empresa adjudicataria negociará con los medios los costes de inserción de la publicidad y la selección de los espacios más idóneos.

**2.2.- Iniciativas informativas con medios.**
Cuando se trate de tramitar colaboraciones e iniciativas informativas con diferentes medios de comunicación, la empresa adjudicataria se encargará de cursar las órdenes oportunas para su realización y del cumplimiento de los acuerdos para ello alcanzados por la Dirección de Gabinete del Departamento de Salud tanto a nivel económico como publicitario.

**2.3.- Publicidad on-line**
Cuando se trate de tramitar publicidad en las versiones online de los medios, la empresa adjudicataria garantizará que se alcancen los públicos objetivo deseados con el fin de optimizar la inversión. La empresa adjudicataria 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 a la Dirección de Gabinete del Departamento de Salud las claves de acceso para que pueda supervisar las estadísticas de audiencia y, finalizada la campaña, la adjudicataria deberá remitir un informe evaluando su rentabilidad de forma que permita estructurar adecuadamente la futura compra de medios.

**2.4.- Publicidad en redes sociales y buscadores**
La Dirección de Gabinete está interesada también en insertar publicidad en redes sociales y buscadores. Será necesario que la empresa adjudicataria contemple la promoción de contenidos informativos relevantes para conseguir un mayor alcance, cuando así se le notifique, al menos en las cuentas de Facebook y Twitter de la Dirección de Gobierno Abierto.

La oferta se realizará para todos y cada uno de los medios que se especifican en el modelo de proposición. Teniendo en cuenta el precio en b/n y color en domingo (prensa escrita), precio de cuña de 20" en franja máxima de audiencia en días laborables (radio), spot de 20" en prime time en laborales (televisión) y 100.000 impresiones de mega banner (digital). No se admitirán las ofertas que no cumplimenten la totalidad de los medios indicados en el modelo de proposición, ni las promociones comerciales ocasionales de los medios.

Además, se tendrá en cuenta la inserción de publicidad en soportes como Facebook Ads, Twitter Ads y Google Adwards, entre otros, cuando así se le indique a la empresa adjudicataria.

## 3.- Recursos mínimos necesarios

Los recursos mínimos necesarios que se deberán acreditar y poner a disposición de la Administración 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 y televisión contratados a nivel de Euskadi y de España.
- Programas de gestión y administración
- Programas de diseño y maquetación.
- Fuentes: EGM, CIES, KANTAR MEDIA, ARCE o INFOADEX, OJD, AIMC MARCAS y GEOMEX, o similares
- Herramientas: TomMicro, Galileo, Infosys, OJD, Dragón o Infad XXI, o similares.

## 4.- Supervisión y seguimiento

Las prestaciones se realizarán, en todo caso, según las directrices que determine la Dirección de Gabinete del Departamento de Salud quien supervisará los trabajos realizados y ejercerá el control necesario para que la gestión del contrato tenga la aplicación deseada.

La contratista comunicará por escrito a la Dirección de Gabinete del Departamento de Salud cualquier eventualidad o incidencia que pueda afectar al desarrollo del contrato.

Asimismo, se deberá informar a la misma 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.

# BALDINTZA TEKNIKOEN AGIRIA, OSASUN SAILEKO KABINETE ZUZENDARITZAK, COVID-19rekin ERLAZIONATUTAKO KOMUNIKAZIO-KANPAINAK EGITEKO, PRENTSAKO, IRRATIKO, TELEBISTAKO, KANPOKO PUBLIZITATEKO ETA ONLINE PUBLIZITATEKO PUBLIZITATE-TARTEAK PLANIFIKATZEA ETA EROSTEA KONTRATATZEKO SUSTATUTAKO LEHIAKETARENA

## 1.- Kontratuaren xedea

Agiri honen xedea da, COVID-19rekin eta horrek osasun-sisteman dituen ondorioekin erlazionatutako komunikazio-kanpainak egiteko, prentsako, irratiko, telebistako, kanpoko publizitateko eta online publizitateko publizitate-tarteak planifikatzeko eta erosteko zerbitzuen kontratazioa, Osasun Sailak kudeatzen duena, arautuko duten baldintza teknikoak zehaztea.

Hori guztia Kabinete Zuzendaritzari izendatutako eginkizunei erantzuna emateko, horietan adierazten baita zuzendaritza horri dagokiola Sailaren komunikazio-politika koordinatzea, baita Sailak komunikabide sozialekin, informazio-agentziekin eta, oro har, prentsarekin dituen harremanak ere.

## 2.- Eskatuko diren zerbitzuak

Osasun Saileko Kabinete Zuzendaritzak enpresa esleipendunari eskatuko dio komunikazio-euskarri ezberdinetan publizitatea txertatzea, helburuak eta bere garaian zehaztuko duen xede-taldea adierazita.

Zehazki, Osasun Saileko Kabinete Zuzendaritzak enpresa esleipendunari publizitatea izapidetzeko aginduak igorriko dizkio, eta kontratatu beharreko euskarriak edo kanalak, publizitatea txertatzeko datak eta tarteak, zehaztuko dizkio, erabilgarri dagoen aurrekontuaren arabera, horiek kontratatu ditzan.

Enpresa esleipendunak Osasun Saileko Komunikazioko Zuzendaritzari, kanalen planifikazioa eta aurrekontua proposatuko dizkio, aukeratutako datetan eta kanaletan publizitate-tarteak kontratatuko ditu, igorritako aginduak betetzen direla egiaztatuko du eta horien egiaztagiriak aurkeztuko ditu kanpaina amaitzen denean.

Enpresa esleipendunak, zerbitzua egikaritzeko ardura duen Zuzendaritzak eskatzen badu, maketazio-zerbitzuaz eta originalak moldatzeaz arduratu beharko du.

Gainera, Emakumeen eta Gizonen Berdintasunaren arloan komunikabide sozialei eta publizitateari buruz indarrean dagoen legedia eta *Publizitate eta Komunikazio Ez Sexistarako Euskadiko Kode Deontologikoa eta Autorregulaziokoa* kontuan hartuta, esleipendunak bermatuko du kontratatuko diren euskarriek horietan adierazitako printzipioekin lerrokaturik lan egingo dutela.

**2.1.- Publizitate-kanpainak**
Publizitate-kanpainei dagozkien iragarkiak izapidetzen direnean, enpresa esleipendunak kanalen planifikazioa egingo du aurrekontuaren, komunikazio-helburuen eta xede-taldearen arabera. Euskarriak eta horien aurrekontuak proposatuko ditu, audientziak eta iragartzeko produkturako egokitasuna, sartze-maila eta errentagarritasuna aztertu ondoren. Igorritako aginduak betetzen direla, originalak jaso direla eta iragarkiak zuzen txertatu eta kokatu direla frogatuko duten frogagiriak eskuratu direla egiaztatuko du.

Gainera, enpresa esleipendunak komunikabideekin negoziatuko ditu publizitatea txertatzearen kostuak eta tarterik egokienen aukeraketa.

**2.2.- Informazio-ekimenak komunikabideekin.**
Komunikabide ezberdinekin informazio ekimenak eta kolaborazioak izapidetu behar direnean, enpresa esleipenduna arduratuko da horiek egiteko dagozkion aginduak igortzeaz eta Osasun Saileko Kabinete Zuzendaritzarekin, bai maila ekonomikoan bai publizitatearenean, horretarako lortutako akordioak betearazteaz.

**2.3.- Online publizitatea**
Publizitatea komunikabideen online bertsioetan izapidetu behar denean, enpresa esleipendunak bermatuko du nahi den xede-taldeetara iritsiko dela, inbertsioa optimizatzearren. Enpresa esleipendunak kanpainan zehar audientziak izandako bilakaeraren berri emango du, eta zabaltzen den denboran "click-throug" eta inpresio kopurua areagotzeko behar diren aldaketak iradokiko ditu. Gainera, Osasun Saileko Kabinete Zuzendaritzari sartzeko gakoak emango dizkio audientziari buruzko estatistikak gainbegiratu ahal izan ditzan, eta, kanpaina amaitzen denean, enpresa esleipendunak txosten bat aurkeztu beharko du errentagarritasuna ebaluatzeko, etorkizunean egingo diren erosketak behar bezala egituratzeko.

**2.4.- Publizitatea sare sozialetan eta bilatzaileetan**
Kabinete Zuzendaritzak publizitatea sare sozialetan eta bilatzaileetan sartzeko interesa ere badu. Horretarako, enpresa esleipendunak informazio-eduki esanguratsuen sustapena izan beharko du kontuan helmen handiagoa lortzeko, hala egitea eskatzen zaionean, gutxienez Gobernu Irekiaren Zuzendaritzaren Facebook eta Twitter kontuetan.

Eskaintza proposamen-ereduan zehazten diren kanal guztientzat eta bakoitzarentzat egingo da. Kontuan hartuta igandeko z/b-ko eta koloretako iragarkiaren prezioa (prentsa idatzia), 20"-ko iragarki laburraren prezioa entzule gehieneko tartean (irratia), 20"-ko spota prime timean lanegunetan (telebista) eta 100.000 mega banner inprimaketa (digitala). Ez dira onartuko proposamen-ereduan adierazitako kanal guztiak biltzen ez dituzten eskaintzak, ez eta kanaletako noizbehinkako merkataritza-sustapenak ere.

Gainera, kontuan izango da, besteak beste, Facebook Ads, Twitter Ads eta Google Adwards euskarrietan publizitatea txertatzea, enpresa esleipendunari hala egitea eskatzen zaionean.

## 3.- Behar diren gutxieneko baliabideak

Egiaztatu beharko diren eta Administrazioaren esku jarri beharko diren gutxieneko baliabideak hauek dira:

- Kanpainak planifikatzeko eta ebaluatzeko software zerbitzuak eta erremintak, Euskadin eta Espainian kontratutako prentsako, irratiko eta telebistako audientzia-azterketetatik abiatuta.

- Kudeaketako eta administrazioko programak.
- Diseinuko eta maketazioko programak.
- Iturriak: EGM, CIES, KANTAR MEDIA, ARCE edo INFOADEX, OJD, AIMC MARCAS eta GEOMEX, edo kidekoak
- Erremintak: TomMicro, Galileo, Infosys, OJD, Dragón edo Infad XXI, edo kidekoak.

## 4.- Gainbegiratzea eta jarraipena egitea

Prestazioak, nolanahi ere, Osasun Saileko Kabinete Zuzendaritzak ezarritako jarraibideen arabera gauzatuko dira, eta honek gainbegiratuko ditu egindako lanak eta gauzatuko du behar den kontrola kontratuaren kudeaketak nahi den aplikazioa izan dezan.

Kontratistak idatziz emango dio Osasun Saileko Kabinete Zuzendaritzari kontratuaren garapenean eragina izan dezakeen edozein gorabeheraren edo gertaeraren berri.

Era berean, agiri honetan aipatutakoez gain beste kudeaketa batzuk egitea eskatzen duen edozein gairen berri ere eman beharko dio, onar ditzan.

Bereziki zainduko da Euskadiko Publizitate eta Komunikazio Instituzionalari buruzko abenduaren 23ko 6/2010 Legean xedatutakoa betetzen dela.