

PLIEGO DE BASES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE CREATIVIDAD, PRODUCCIÓN, PLANIFICACIÓN Y COMUNICACIÓN DE KONTSUMOBIDE 2023

Kontsumobide- Instituto Vasco de Consumo tiene, entre otros fines, el de promover la protección y defensa de las personas consumidoras y usuarias dentro del ámbito territorial de la Comunidad Autónoma de Euskadi.

Por ello una de las finalidades de Kontsumobide es conseguir que las personas consumidoras se formen e informen antes de realizar cualquier acto de consumo responsable.

Kontsumobide pretende con esta campaña llegar a las personas consumidoras y usuarias y recordarles, que la información que se proporciona desde el instituto les puede ser de utilidad para consumir de un modo responsable.

Queremos que la persona consumidora se conciencie de que es una obligación suya el estar informada y de que los entes públicos le pueden proporcionar los medios para lograrlo.

1.- OBJETO.

El objeto del presente expediente es la contratación, por parte de Kontsumobide de una agencia para la creatividad, colaboración en la planificación, producción de campañas de publicidad, así como de comunicación que permitan la difusión de consejos sobre consumo y consoliden la marca de Kontsumobide.

2.- ÁMBITO, ALCANCE Y CONTENIDOS DE LOS SERVICIOS A REALIZAR.

SERVICIOS DE CREACIÓN PUBLICITARIA

El objeto de este contrato es la contratación de la creatividad y la producción del material.

En el anexo I se recoge el briefing de la campaña que servirá de base para el desarrollo de la creatividad y la creación de los mensajes a transmitir

Las creatividades se realizarán en euskera y castellano. Para la presentación de la creatividad deberá presentarse versión bilingüe de cada anuncio para comprobar que también funcione el concepto en ambos idiomas.

El aspecto más importante de la propuesta será el concepto creativo con una explicación de su objetivo, evolución y desarrollo. El contrato se pretende por un año, más una prórroga de la misma duración, al objeto de dar continuidad y consistencia a la línea comunicativa que resulte adjudicataria.

En su desarrollo la propuesta de campaña habrá de acomodarse a diferentes soportes propuestos por la agencia a través de los cuales se hará la difusión de la misma y que, podrán los siguientes entre otros:

- Piezas para publicidad en prensa escrita adaptadas a la medida de cada medio.
- Cuñas radiofónicas: se diseñarán y grabarán cuñas no inferiores a 10" en euskera y castellano
- Banners para su inserción en páginas web
- Piezas audiovisuales/spots no inferiores a 15".
- Formatos de patrocinio o emplazamiento publicitario
- OPIS y publicidad exterior
- Cartelería etc.

La empresa deberá presentar una propuesta para cada uno de los formatos que proponga. En el caso del spot bastará con un *storyboard* o una explicación de los contenidos y en el de las cuñas con el texto.

La empresa deberá tener en cuenta que habitualmente Kontsumobide realiza una campaña alrededor de los meses de junio-julio centrada en los derechos de la persona consumidora en época vacacional, otra campaña sobre noviembre o diciembre, aprovechando el Black Friday o la proximidad de la campaña de Navidad y una campaña de menor importe destinada a la promoción del arbitraje en septiembre u otro mes que considere de interés. En cualquier caso, la empresa podrá proponer, razonadamente, la modificación o eliminación de estas fechas o una secuenciación distinta de las acciones de comunicación.

La empresa deberá contemplar en su propuesta que Kontsumobide dispone de un presupuesto anual de 80.000 euros (más IVA) para la contratación de medios y la producción de algunos de los soportes, por lo que los planes presentados deberán ajustarse a dicha realidad. Este presupuesto no está incluido en el presente contrato ni será gestionado por la empresa adjudicataria, pero sí que deberá ser tenido en cuenta por la empresa para que la creatividad y su eficacia se ajusten al presupuesto dispuesto para la contratación de medios y soportes.

La empresa adjudicataria deberá realizar las adaptaciones de los originales para los distintos medios en el caso de formatos audiovisuales, de internet o cualquier otro cuya elaboración guarde especial importancia con el mantenimiento de la coherencia comunicativa de la campaña.

La empresa adjudicataria deberá realizar un dossier explicativo acompañado del material necesario para la presentación de la campaña a medios de comunicación.

La empresa adjudicataria cederá en exclusiva a Kontsumobide, el ejercicio de los derechos de reproducción, modificación, distribución, comunicación pública y otros derechos de explotación de la creatividad de la campaña, durante un periodo no inferior a 5 años ni superior a 10.

La empresa adjudicataria de este lote deberá establecer, bajo la supervisión de Kontsumobide, procedimientos de coordinación con la central de medios que trabaje con Kontsumobide y deberá especificar su dinámica y valoración.

La empresa adjudicataria deberá presentar igualmente, oferta individualizada de acciones creativas de prensa y radio que será tenida en cuenta por Kontsumobide si en el desarrollo del contrato es necesario adaptar o readaptar el plan propuesto.

La empresa adjudicataria emitirá facturas con carácter mensual solamente en los meses en los que la empresa preste alguno de los servicios contratados. La factura deberá detallar el servicio y acompañarse de comprobante.

Durante la vigencia del contrato, la empresa adjudicataria designará una persona de coordinación (se valorará que sea bilingüe euskera-castellano) que esté disponible para Kontsumobide, en caso de necesidades sobrevenidas, y para el cumplimiento del contrato. Se entenderá por horario de trabajo del contrato el horario oficial de Kontsumobide.

La planificación de la campaña abarcará desde el 1 de enero de 2023 hasta el 31 de diciembre de 2023. En todo caso el contrato abarcará desde el 1 de enero de 2023 hasta el 31 de diciembre de 2023 y será prorrogable por un año.

Kontsumobide podrá, en un máximo del 30 por ciento, modificar los mensajes y la planificación por necesidades sobrevenidas debiendo avisar

con una antelación mínima de 10 días naturales a la empresa adjudicataria.

En su segmentación de audiencias la empresa adjudicataria deberá tener en cuenta que en el territorio de la Comunidad Autónoma Vasca operan medios que segmentan su audiencia con criterios lingüísticos, que operan solamente en euskera.

Todas las acciones serán desarrolladas en los tres Territorios Históricos y en los dos idiomas oficiales: euskera y castellano.

La empresa adjudicataria deberá establecer, bajo la supervisión de Kontsumobide, procedimientos de coordinación con la adjudicataria del concurso de planificación de medios

3.- RESPONSABILIDADES

La empresa adjudicataria se responsabilizará de la correcta prestación del servicio, en las fechas que se establezcan, en las condiciones establecidas y en la calidad del producto final, mediante seguimiento diario.

En caso de fallo imputable a la adjudicataria o al medio de comunicación, será la primera quien tenga la responsabilidad de subsanarlo, negociando con el medio de comunicación, previa consulta con KB, quien será el que adopte la decisión última sobre la forma en que ha de subsanarse dicho error. Los costes derivados de dicho error no serán imputables a Kontsumobide en ningún caso.

4.- PRESENTACIÓN DE DOCUMENTACIÓN TÉCNICA

SERVICIOS DE CREACIÓN PUBLICITARIA

Los licitantes deberán entregar memoria de campaña con detalle sobre:

- Creatividad, líneas generales, claim y creatividad básica.
- Justificación de la adecuación a los públicos sugeridos, tanto en lo solicitado por Kontsumobide como en lo ofertado por la empresa.
- Justificación sobre la idoneidad del lenguaje. Debemos entender este concepto en su sentido amplio: semántico, audiovisual, web, radiofónico...
- Boceto de aplicaciones gráficas si las hubiera.
- Planificación orientativa de medios ajustada al presupuesto disponible para la contratación en medios y que se cita en las presentes bases. Deberá incluir peso asignado a cada tipo de medio (ej: 20 % en radio, 10 % en prensa...)
- Plan de trabajo.
- Metodología de coordinación con Kontsumobide y con otras empresas colaboradoras.

Se deberá presentar un ejemplo de los soportes presentados por las empresas.

Kontsumobide podrá solicitar a las empresas participantes en la licitación, la defensa de la propuesta presentada.

Los documentos que se deberán presentar se adjuntan en las Bases Administrativas, así como en la JUSTIFICACION DE LOS CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN DEL CONTRATO QUE TIENE POR OBJETO LA CONTRATACIÓN DE "SERVICIOS DE CREATIVIDAD, PLANIFICACIÓN, PRODUCCIÓN Y COMUNICACIÓN DE KONTSUMOBIDE

6.- DURACIÓN DEL CONTRATO

La duración del contrato será desde 1 de enero de 2023 hasta el 31 de diciembre de 2023 y será prorrogable por un año.

En Vitoria Gasteiz a 20 de septiembre de 2022

Laura
Alzola
Kirschgens

Firmado digitalmente
por Laura Alzola
Kirschgens
Fecha: 2022.09.27
09:52:53 +02'00'

Laura Alzola Kirschgens
Directora de Kontsumobide-Instituto Vasco de Consumo

Anexo

Briefing de campaña.

Objetivo:

- **Transversal:**

El fortalecimiento y la visibilización de Kontsumobide como referente en la defensa de los derechos de las personas consumidoras en Euskadi.

- **Específicos:**

-La difusión de los derechos de las personas consumidoras en el ámbito digital.

-El fomento de un consumo responsable en línea con el objetivo nº12 de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible.

Públicos objetivo:

Son público objetivo todas las personas que viven y consumen en la Comunidad Autónoma Vasca, sin embargo, se observa la existencia de un público de especial interés, que son los y las jóvenes de entre 15 y 25 años.

Mensaje.

Como se ha señalado, se trata de la difusión de mensajes de consumo, adaptados al contexto específico del público joven, incidiendo en él, pero sin dejar de lado al público general.

Por tanto, en ambos ámbitos, el mensaje a difundir consistirá en consejos básicos de consumo, consumo responsable/reflexivo y recordatorio de derechos, insistiendo en la importancia de defender los derechos de las personas consumidoras.

Además

- Los hábitos de consumo impulsivos dificultan la lucha contra el cambio climático y además provocan mayores conflictos de consumo. Es urgente actuar con criterios de racionalidad y hacerse preguntas al consumir: ¿A quién estoy comprando este producto o contratando estos servicios? ¿Quién ha producido este bien y en qué condiciones? ¿Qué efectos tiene mi consumo?
- Las personas consumidoras también tienen derechos (y deben conocerlos para ejercerlos) cuando consumen bienes y servicios a través de páginas webs, apps, redes sociales, y otros medios digitales; o cuando, en general, contratan a distancia o a través de intermediarios. La no presencialidad o el empleo de tecnologías no exime a las empresas de cumplir con dichos derechos.

Período de campaña

A definir por la agencia, pero en todo caso en los años 2023, y en previsión de una posible prórroga, también durante el año 2024.

Medios Seleccionados.

Los medios serán seleccionados a criterio de la empresa adjudicataria en aras a la mejor ejecución de la creatividad prevista en busca de la mayor efectividad.

Cuando hablamos de medios seleccionados no debemos pensar solo en medios de comunicación convencional (Radio, Prensa y TV) si no que nos estamos refiriendo a cualquier medio de difusión del mensaje (Prensa, radio, TV, redes sociales, web, app móvil, publicidad exterior, cartelería, folletos, MD, etc.)

Lenguaje

El lenguaje deberá adecuarse al soporte y al público. En todo caso deberán respetarse las normas lingüísticas y garantizar el bilingüismo, excepto en aquellos medios que se editen o difundan únicamente en euskera, así como el correcto tratamiento del lenguaje inclusivo en aras a contribuir a una mayor igualdad entre hombres y mujeres.

Formatos

Los formatos serán los propuestos por las empresas ofertantes.

Producción.

La empresa deberá asumir la producción de originales, así como las adaptaciones necesarias en formato audiovisual.

Derechos de propiedad intelectual

La propiedad de los trabajos quedará en manos de la empresa creadora quien sin embargo cederá su uso a Kontsumobide para utilizaciones distintas a la campaña que nos ocupa sin limitación de frecuencia ni motivos por un periodo no inferior a 5 años, desde la firma del contrato y no superior a 10. La ampliación de la cesión de 5 a 10 años deberá ser solicitada por escrito por Kontsumobide en un plazo no inferior a 15 días antes de la finalización del período de cesión.