PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN 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 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 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 2020 Y 2021 con posibilidad de acordar una prórroga por el mismo periodo que el del contrato originario.

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 Lehendakaritza que no hayan incluido un plan de medios.
- Iniciativas informativas de interés para la ciudadanía con medios de comunicación
- Publicidad on-line, en redes sociales y buscadores
- Anuncios e iniciativas informativas en medios de comunicación en el ámbito internacional

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

2.- Servicios requeridos

La Dirección de Comunicación de Lehendakaritza 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 Comunicación de Lehendakaritza, 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 Lehendakaritza, a la dirección de Comunicación, 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.

El servicio de maquetación y adaptación de originales, será a cargo de la empresa adjudicataria.

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.- Anuncios oficiales o informativos.
En el caso de los anuncios oficiales en los diarios, la Dirección de Comunicación de Lehendakaritza facilitará el texto y las orlas de los anuncios oficiales a la adjudicataria por medios telemáticos para que proceda a la maquetación correspondiente de los originales necesarios, derivados del plan de medios. La empresa adjudicataria remitirá la maqueta del anuncio junto con la planificación de medios y su presupuesto, a la Dirección de Comunicación de Lehendakaritza para su aprobación y, con su visto bueno, procederá a su envío a los diferentes medios

2.2.- 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.

2.3.- 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 Comunicación de Lehendakaritza tanto a nivel económico como publicitario.

2.4.- 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 Comunicación de Lehendakaritza 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.

2.5.- Publicidad en redes sociales y buscadores
La Dirección de Comunicación 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.

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.

2.6.- Anuncios e iniciativas informativas en el ámbito internacional

La Dirección de Comunicación podrá indicar a la empresa adjudicataria la necesidad de contratar espacios publicitarios en fechas y medios internacionales que se le indiquen, 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.

Previamente, la adjudicataria deberá informar del perfil de las y los lectores de los medios, difusión, tarifa, formatos, plazos, calendario editorial, ediciones especiales y ranking de audiencias comparados.

2.6.1.- Gestión y comisión.

Las empresas licitadoras indicarán la comisión que vayan a cobrar en concepto de contraprestación por sus servicios, teniendo en cuenta que cederán a la Administración todos los descuentos que perciban de los medios en base a sus tarifas oficiales.

Los gastos que se generen por el envío de originales o los gastos de transferencia bancaria en la realización de los pagos a los medios no estarán incluidos en la comisión y se desglosarán en la misma factura.

Las diferencias en cambio que se produzcan por las transferencias en divisas al exterior, se deberán liquidar en un plazo no superior a los 60 días, debidamente justificadas.

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 Comunicación de Lehendakaritza, 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 Comunicación de Lehendakaritza 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.

5.- Facturación y pago

La empresa adjudicataria facturará los servicios prestados a la finalización de la campaña y se abonará previa entrega de los comprobantes de inserción y emplazamiento de la publicidad correspondiente a la Dirección de comunicación de Lehendakaritza y tras su aprobación y conformidad.

Ante el encargo de anuncios puntuales no insertos en campañas planificadas, se facturará a mes vencido y se pagará una vez entregados los comprobantes de la publicidad insertada y emplazamiento de los mismos.

En las facturas se aplicarán las comisiones y descuentos ofertados en el proceso de valoración de los mismos.