

**PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS****Expediente nº:** [C02/001/2023](#)**Objeto de la contratación:** Planificación estratégica y compra de espacios publicitarios en medios impresos, digitales, radio y televisión, así como en soportes exteriores para anuncios y campañas de comunicación**Tipo de contrato:** Servicios**Procedimiento:** Abierto**Clase:** Ordinario**PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DE
“SERVICIOS PROFESIONALES PARA LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y
COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS EN MEDIOS PARA ANUNCIOS Y
CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN”****0.- 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 online en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Euskadi, para anuncios y campañas de comunicación del Departamento de Igualdad, Justicia y Políticas Sociales.

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

- Anuncios y campañas informativas.
- Publicidad online, en redes sociales y buscadores.

1.- SERVICIOS REQUERIDOS.-

La Dirección de Comunicación 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.

Para ello, la empresa adjudicataria deberá elaborar el correspondiente plan de medios en función del presupuesto establecido para cada una de las campañas, de los objetivos de comunicación especificados por el Departamento de Igualdad, Justicia y Políticas Sociales, y del público objetivo. Propondrá los soportes una vez analizadas las necesidades, las audiencias y su adecuación al concepto a anunciar, su penetración y rentabilidad. Así, 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, negociará con los medios los costes de inserción de la publicidad y la selección de los espacios más idóneos, y se encargará del envío de los diferentes

originales a los soportes seleccionados, así como de la petición de avales y permisos necesarios para la emisión de publicidad.

Cuando se trate de tramitar la publicidad en las versiones online de los medios, la empresa adjudicataria garantizará que se alcancen los públicos objetivo deseados con el objetivo de optimizar la inversión. La empresa 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 Administración las claves de acceso para que pueda supervisar las estadísticas de audiencia y, finalizada la campaña, deberá remitir un informe evaluando su rentabilidad de forma que permita estructurar adecuadamente la futura compra de medios.

De forma esquemática, las tareas a realizar por la empresa adjudicataria son las siguientes:

- a) Planificación estratégica, reserva y compra de espacios publicitarios (prensa escrita, medios digitales, redes sociales, radio, televisión y soportes exteriores).
- b) Adaptación y distribución de las piezas que conformen la acción de comunicación a los distintos medios y soportes publicitarios.
- c) Ejecución y seguimiento de las acciones de comunicación a través de informes post-acción en los que se analicen los resultados, así como la audiencia y cobertura alcanzada.
- e) Asesoramiento en políticas publicitarias e información sobre medios de comunicación y redes sociales en distintos ámbitos territoriales

1.1. 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 su 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.

1.2. Publicidad online, redes sociales y buscadores

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, finalizada la campaña, la adjudicataria deberá remitir un informe evaluando su rentabilidad de forma que permita estructurar adecuadamente la futura compra de medios.

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

3.- ORDENES DE TRABAJO.-

El Departamento cursará las ordenes de tramitación de publicidad con indicación de los soportes o medios a contratar, fecha de inserción y espacio con el fin de que la empresa adjudicataria proceda a su contratación.

4.- OFERTAS ECONÓMICAS.-

La empresa adjudicataria percibirá en concepto de contraprestación por sus servicios una comisión de cursado y cederá en factura a la Administración los descuentos que considere oportunos a partir de las tarifas vigentes de los medios de comunicación incluidos en el anexo de proposición económica, sin tener en cuenta rápeles, paquetes comerciales u otro tipo de ofertas especiales.

5.- DISPONIBILIDAD Y PLAZOS DE EJECUCIÓN.-

La adjudicataria deberá estar disponible para la recepción de encargos los 365 días del año, 24 horas al día, con el fin de poder hacer frente al requerimiento de servicios urgentes.

La adjudicataria deberá presentar el plan de medios y el presupuesto en un plazo máximo de 24 horas desde la recepción del encargo por parte de la Dirección de Comunicación.

6.- 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.

7.- SUPERVISIÓN Y SEGUIMIENTO.-

Las prestaciones se realizarán, en todo caso, según las directrices que determine la Dirección de Comunicación del Departamento de Igualdad, Justicia y Políticas Sociales, 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 cualquier eventualidad o incidencia que pueda afectar al desarrollo del contrato.

Además, el adjudicatario negociará con los medios los costes de inserción de la publicidad y la selección de los espacios más idóneos, se encargará del envío de los diferentes originales a los soportes seleccionados, así como de la petición de avales y permisos necesarios para la emisión de publicidad si fuera necesario.

En todo caso será decisión de la dirección de Comunicación la adopción de la decisión final tanto en extensión, medios, precios y demás causas que incidan en la prestación del servicio. La dirección de Comunicación facilitará en cada ocasión, a la empresa adjudicataria, las oportunas órdenes de inserción y la información necesaria para la elaboración del anuncio por medio de sistemas telemáticos.

Al licitador que resulte adjudicatario del presente contrato, se le exigirá disponer de una persona responsable concreta para el seguimiento de la cuenta de correo electrónico durante la duración del mismo que será la interlocutora con quien se relacionará la entidad contratante y a quien corresponderá la dirección de los trabajos, así como la responsabilidad de controlar la corrección de los materiales de la campaña publicitaria en aspectos como su grafía, dicción, música, imagen, color, etc., así como para el control de la correcta ubicación espaciotemporal contratada.

Durante la vigencia del contrato, la empresa adjudicataria deberá adecuar su horario de trabajo, festividades y vacaciones, de tal forma que siempre quede cubierta la prestación del servicio para el calendario laboral y la jornada vigente en el Departamento, por lo que se ha de tener en cuenta no sólo las festividades de carácter general, sino las locales de cualquiera de los tres territorios históricos.

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.

En Vitoria-Gasteiz, a 25 de mayo de 2023

**ÍÑIGO
CAMINO
GARCÍA**

Fecha:
2023.05.26
08:42:55
+02'00'

Iñigo Camino García
KOMUNIKAZIOKO ZUZENDARIA
DIRECTOR DE COMUNICACIÓN