PLIEGO DE BASES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DE LOS "SERVICIOS DE REFUERZO EN PLANIFICACIÓN, PRODUCCIÓN Y COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN ON LINE Y OFF LINE PARA LA DIFUSIÓN LA CAMPAÑA DE KONTSUMOBIDE REFERIDA A BLACK FRIDAY Y NAVIDAD 2023"

Kontsumobide- Instituto Vasco de Consumo (en adelante KB) 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 KB es conseguir que las personas consumidoras se formen e informen antes de realizar cualquier acto de consumo responsable.

KB pretende con estas campañas llegar a las personas consumidoras y usuarias y recordarles, que la información que se proporciona desde KB les puede ser de utilidad para consumir de un modo responsable.

El fin último es de este contrato es reforzar la imagen corporativa y visibilidad de Kontsumobide y que la persona consumidora se conciencie de que tiene la obligación de estar informada y de que los entes públicos le pueden proporcionar los medios para lograrlo.

No podemos olvidar, por otro lado, la necesidad de reforzar los mensajes en favor de un consumo responsable, consciente y sostenible más en un contexto de inflación y fuerte presión publicitaria en pro de un consumo acrítico.

1.- OBJETO.

El objeto del presente expediente es la contratación, por parte de KB, de una central de medios o agencia para reforzar la campaña de medios vinculada con el Black Friday y la campaña de navidad de 2023 que Kontsumobide ya tiene planificada. Igualmente es objeto del presente expediente la planificación, producción y compra de espacios publicitarios en medios de comunicación, que permitan el refuerzo de dicha campaña.

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

SERVICIOS DE PRODUCCIÓN Y COMPRA DE ESPACIOS

El objeto de este contrato es la contratación de los servicios de planificación, la compra de espacios publicitarios de la campaña y la producción, en su caso, del material necesario para el refuerzo de la campaña Black Friday y Navidad 2023 de Kontsumobide, a partir de las creatividades originales entregadas por KB y la evaluación del impacto

La empresa adjudicataria elaborará un plan de medios y realizará la estrategia, planificación y gestión, bajo la dirección de KB, en colaboración con la agencia creativa y con la agencia que ha elaborado la planificación de medios para la campaña citada. Se incluirá la contratación y compra de espacios, así como la posible producción de materiales destinados a la publicidad exterior y otros medios que sean necesarios para llevar a cabo el desarrollo del plan de medios.

Los medios en los que se insertará la publicidad serán definidos por la planificación realizada por la empresa adjudicataria en coordinación con la agencia creativa y con KB, y en coherencia con la campaña ya aprobada.

Los tamaños y duraciones de los formatos serán definidos en función de la eficacia de la planificación.

KB entregará a la empresa adjudicataria la creatividad de la campaña (Anexo 1), en la que podrán incluirse algunas adaptaciones de originales para los medios digitales e impresos, además de cuñas en euskera y castellano. Será la empresa adjudicataria quien deberá realizar las adaptaciones necesarias para cumplir con la planificación propuesta.

1. La empresa adjudicataria deberá tener en cuenta las incompatibilidades de emisión de publicidad institucional durante los períodos electorales legalmente establecidos por la normativa vigente.

2. La empresa deberá facilitar un informe final a KB en el que se dé cuenta de la evolución del plan de comunicación aprobado, la inversión consumida y los impactos logrados. Asimismo, entregará un informe verificando el cumplimiento de la misma, así como un balance de la audiencia efectivamente medida en los momentos en que se hayan realizado las emisiones, publicaciones, etc.

3. La empresa adjudicataria emitirá facturas con carácter mensual solamente en los meses en los que se produzcan inserciones o acciones publicitarias, y deberán ir acompañadas en todo momento por los certificados de emisión, publicación o instalación correspondientes.

4. La adjudicataria facilitará toda la información necesaria para el adecuado cumplimiento del objeto de este contrato como tarifas, audiencias y su perfil, difusión de los medios, mayor impacto y cuantas aclaraciones consideren adecuadas o le sean requeridas.

5. Durante la vigencia del contrato, la empresa adjudicataria designará una persona de coordinación, que habrá de ser necesariamente bilingüe en euskera y castellano, que esté disponible para KB al objeto de atender necesidades sobrevenidas y para el cumplimiento del contrato. Se entenderá por horario de trabajo del contrato el horario oficial de KB. También se deberá disponer de sistemas telemáticos como teléfono móvil y correo electrónico, durante la duración del mismo.

6. Kontsumobide estará obligada a la ejecución de la planificación en un mínimo del 75 % anual.

7. La campaña presentada en su oferta por las adjudicatarias carece de valor contractual y su único objeto es ofrecer un elemento de valoración común para la resolución del concurso. Al inicio de cada campaña o periodo de campaña es establecerá la planificación correspondiente

8. Kontsumobide podrá modificar un máximo del 40% de los mensajes y la planificación establecida en cada periodo de ejecución del contrato, por necesidades sobrevenidas, debiendo avisar con una antelación mínima de 5 días naturales a la empresa adjudicataria.

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

10. En su segmentación de audiencias, la empresa adjudicataria tendrá en consideración la especial situación de los entornos con menor población y que también deben ser alcanzadas por dicha campaña de refuerzo. Se valorará positivamente la toma en consideración de medios de comunicación locales, cuando estos sean de relevancia para la campaña propuesta.

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

3.- RESPONSABILIDADES

La empresa adjudicataria se responsabilizará de la correcta prestación del servicio, en las fechas que se establezcan, en los emplazamientos seleccionados 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 adoptará la decisión última sobre la forma en que ha de subsanarse dicho error. En ningún caso los costes derivados de dicho error serán imputables a KB.

4.- PRESENTACIÓN DE DOCUMENTACIÓN TÉCNICA

SERVICIOS DE PLANIFICACIÓN Y COMPRA DE ESPACIOS

Las licitantes deberán entregar memoria de campaña con detalle sobre:
Sobre A:

1. Planificación de campaña. Esta planificación de campaña no será un documento vinculante con valor ejecutivo posterior. Será un elemento de valoración para el presente concurso y podrá ser utilizado por KB de forma orientativa. En todo caso, la planificación de la campaña de refuerzo deberá adecuarse a una inversión (sin IVA) de 100.000 euros anuales. En esta planificación las empresas tendrán plena libertad para definir la duración, extensión o tamaño de las piezas. Si bien Kontsumobide facilitarla la planificación orientativa realizada en la campaña estándar para que la campaña de refuerzo pueda ser más efectiva.

2. Medios seleccionados, motivos, franjas horarias e impacto esperado. También se valorará la selección de programas concretos o formatos diferenciados.

3. Justificación de la adecuación de los medios a los públicos sugeridos, tanto en lo solicitado por KB, como en lo ofertado por la empresa. Este punto y el anterior se deberán presentar en documento independiente de lo solicitado en el punto primero.

4. Periodo de campaña de refuerzo propuesto debidamente razonado, en documento independiente.

5. Número total de inserciones previstas (Si se optase, por ejemplo, por la colocación de carteles, cada cartel se considerará una inserción).

6. Número de impactos logrados y personas alcanzadas con la propuesta realizada, así como la frecuencia con datos de cobertura y frecuencia.

7. Diseño y muestra de las herramientas de seguimiento ofertadas.

8. Tabla anexa con los medios seleccionados y los motivos

9. Esta memoria no podrá reflejar ningún dato económico. Se entiende que en todos los casos la planificación se realizará sobre un máximo de 100.000 euros + IVA. Los datos económicos se deberán reflejar única y exclusivamente en el sobre que contenga la oferta económica. La presencia de cualquier tipo de dato económico o de precio en la presente memoria podrá conllevar la eliminación del concurso.

Sobre B

Planificación de campaña para su valoración automática. En este caso el importe de la planificación seguirá siendo de 100.000 euros más IVA, pero la duración de las cuñas de radio, spots de televisión, longitud de los circuitos etc. serán los indicados en documentos anexos a estas bases técnicas.

Las licitadoras deberán aportar la información necesaria que permita realizar un análisis adecuado de su propuesta, teniendo en cuenta que la valoración se realizará sobre la base de los criterios de adjudicación detallados en la carátula del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares.

La adjudicataria facilitará toda la información necesaria para el adecuado cumplimiento del objeto de este contrato como audiencias y su perfil por programa y horario, y difusión del medio.

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

6.- DURACIÓN DEL CONTRATO

El contrato tendrá una duración desde su firma hasta el 31 de diciembre de 2023 y no será prorrogable en ningún caso.

Anexo 1

Briefing de campaña.

Objetivo:

- El **fortalecimiento de la marca Kontsumobide** como referente en la defensa de los derechos de las personas consumidoras en Euskadi.
- Incrementar el conocimiento de la sociedad sobre sus derechos como personas consumidoras fomentando la creación de una ciudadanía activa.

Públicos objetivo:

Son público objetivo todas las personas que viven y consumen en la Comunidad Autónoma Vasca, sin embargo, y dada la limitación de recursos observa la existencia de dos públicos de especial interés.

- Jóvenes entre 15 y 25 años
- Personas entre 25 y 40 años.

Período de campaña

A definir por la agencia, pero se deberá contemplar una inversión de 80.000 euros más IVA por año natural. Debe incluir una campaña con una inversión aproximada de 16.000 euros que tenga el fomento de arbitraje como objetivo.

Medios Seleccionados.

Cuando hablamos de medios seleccionados no debemos pensar solo en medios de comunicación convencional (Radio, Prensa y TV) sino que nos estamos refiriendo a cualquier medio de difusión del mensaje (Prensa, radio, TV, web, 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.

Tal y como se detalla en la oferta económica las empresas licitantes deberán ofertar precios de producción de las cantidades y piezas detalladas. Kontsumobide no estará obligada a realizar la producción de las diferentes piezas con la empresa licitante, pero en el caso de que deba ser finalmente la empresa licitante quien asuma la producción de piezas y adaptaciones sus precios se adecuarán a lo reflejado en la oferta económica hasta cumplir las cantidades reflejadas.

Kontsumobide espera que las empresas licitantes presentes sus mejores propuestas de acuerdo a su conocimiento para el mejor logro de los objetivos detallados. No habrá de tenerse en cuenta las planificaciones y compras de medios realizadas con anterioridad por Kontsumobide.

Derechos de propiedad intelectual

La propiedad de los trabajos quedará en manos de la empresa creadora, quien 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.

Anexo 2

Formatos propuestos para su valoración automática

Medios	Formatos de medición	Formatos mínimos aceptados
Radio	20”	10”
Televisión	25”	5”
Prensa Escrita	3x3 color	2x2 b/n
Prensa Digital	Banner portada	
Exterior	Circuito 30 caras	Circuito 10 caras

En el caso de que los **formatos propuestos en la planificación no coincidan con los formatos unitarios aquí expresado**, las empresas licitadoras deberán equiparar los tiempos de forma proporcional. **Por ejemplo:**

- Si se han planificado 3 cuñas de 30 Segundos (3 inserciones con un tiempo de 90 segundos en total), estas se reflejarán como 4,5 cuñas de 20 segundos (4,5 inserciones con un tiempo de 90 segundos en total).
- Si se ha planificado un paso de un spot de televisión de 10 segundos esté deberá ser reflejado como 0,5 inserciones de un pase de 20 segundos.
- Si se ha planificado un robapáginas de 4 x 8 módulos en prensa este deberá reflejarse como 3,5 inserciones de un 3x3

Ibon Rodríguez Larrinaga
Unidad de Planificación, Estudios, Información y Formación
Kontsumobide-Instituto Vasco de Consumo