PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARTICULARES

Expediente nº: 008A/DGPA/2024

Objeto: Planificación y compra de espacios publicitarios para la difusión de campañas institucionales y anuncios promovidos por el Departamento de Gobernanza, Administración Digital y Autogobierno

I.– OBJETO

I.I.– El objeto del contrato lo conforma la ejecución de los servicios de difusión siguientes:

1) Planificación de la difusión en medios y soportes publicitarios de campañas institucionales y anuncios, que comprende las siguientes actuaciones:

   a) Asesoramiento en el diseño de estrategias de difusión de campañas
   b) Elaboración de planes de medios de difusión de campañas
   c) Adaptación y/o producción, en casos puntuales, de piezas publicitarias (diseño, maquetación y/o edición de video)

2) Compra de espacios publicitarios para la difusión de campañas institucionales y anuncios, que comprende las siguientes actuaciones:

   a) Compra de los espacios publicitarios seleccionados para insertar piezas publicitarias
   b) Gestión de todos los trámites necesarios para efectuar la inserción
   c) Evaluación del impacto de la inserción

I.II.– Las piezas publicitarias que constituyen el objeto de la inserción y, en su caso, de las actuaciones de maquetación, edición y adaptación/producción, pueden ser creaciones que forman o no forman parte de una campaña.

II.– ESPACIOS PUBLICITARIOS

Las inserciones deberán realizarse en los espacios publicitarios seleccionados por la responsable del contrato (en lo sucesivo, responsable) identificada el apartado 19.2.3 de las cláusulas específicas del contrato del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares (PCAP), puestos a disposición de cualquier anunciante en los medios/ soportes siguientes:

GRUPO		MEDIO/SOPORTE
1 PRENSA DIARIA	1	El Correo
	2	Diario Vasco
	3	Deia
	4	Diario de Noticias de Gipuzkoa
	5	Diario de Noticias de Álava
	6	Berria
	7	Gara
	8	El Mundo
	9	El País
	10	Otros
2 RADIO	1	Radio Euskadi
	2	Euskadi Irratia
	3	Gaztea
	4	Radio Vitoria
	5	Ser Euskadi
	6	Onda Vasca
	7	Bizkaia Irratia
	8	Kiss FM
	9	40 principales
	10	Onda Cero Euskadi
	11	Herri irratia-Radio Popular
	12	Cope Euskadi

	13	Cadena 100
	14	Europa FM
	15	Rock FM
	16	Grupo Nervion
	17	Radio 7
	18	Cadena Dial
	19	Naiz irratia
	20	Otros
3 TELEVISIÓN	1	ETB 1
	2	ETB2
	3	Hamaika TB
	4	Tele 7
	5	Grupo Nervion TV
	6	Tokikom
	7	Otros
4 ON LINE	1	elcorreo.com
	2	diariovasco.com
	3	Eitb.eus
	4	deia.eus
	5	noticiasdealava.eus
	6	noticiasdegipuzkoa.eus
	7	naiz.eus
	8	berria.eus
	9	eldiarionorte.es
	10	cadenaser.com
	11	elpais.com
	12	elmundo.es
	13	Gaurmedia
	14	Eldiario.es
	15	Tokikom.eus
	16	otros
5 SOPORTE EXTERIOR	1	Opis
	2	Transporte público
	3	Marquesinas
	4	Otros
6 BUSCADORES DE INTERNET Y REDES SOCIALES	1	Google
	2	Facebook
	3	Instagram
	4	Twitter
	5	Tik Tok
	6	LinkedIn
	7	Otros

III.– DOCUMENTOS ENTREGABLES

El contratista debe entregar, con arreglo a los términos especificados respecto a cada uno de ellos, los siguientes documentos:

III.I.– Inserciones que forman parte de una campaña

1) Propuesta de plan de medios

   a) Contenido:

- estrategia de planificación
- detalle de las inserciones que, dependiendo del grupo de espacios publicitarios, incluya los datos siguientes:

  - grupo 1: medio, formato (incluyendo las medidas en mm), b/n o color, página par/impar, número de inserciones, fechas de publicación y tarifa oficial vigente
  - grupo 2: medio, número de cuñas y su distribución en franja horaria y programas, fechas de inserción y tarifa oficial vigente
  - grupo 3: medio, número de pases y su distribución en franja horaria y programas, fechas de inserción y tarifa oficial vigente
  - grupo 4: medio, formato (incluyendo las medidas en píxeles), número de impresiones, secciones donde se inserte, fechas de publicación y tarifa oficial vigente
  - grupo 5: soporte, formato, fechas de inserción y tarifa oficial vigente
  - grupo 6: buscador o red social, formato y tarifa oficial vigente

- justificación de las inserciones propuestas en base a parámetros tantos cuantitativos como cualitativos
- propuesta económica de la campaña

b) Elementos complementarios: en su caso, piezas publicitarias maquetadas, editadas o adaptadas/producidas

2) Informes de seguimiento de la ejecución

a) Contenido: datos de evolución de la audiencia y, en su caso, sugerencia de variaciones para incrementarla

b) Frecuencia mínima de la entrega: semanal

3) Informe de ejecución y evaluación de impacto

a) Contenido mínimo:

- resumen de las inserciones ejecutadas (desglosado a nivel de medio/soporte) que incluya los datos especificados en el apartado III.I.1) a)

- resumen de evaluación de impacto (desglosado a nivel de medio/soporte, grupo de medios/soportes y campaña completa) que incluya una valoración objetiva (empleando los indicadores ofertados) y subjetiva (aspectos a mejorar)

- análisis sobre la eficiencia de la campaña

b) Documentación justificativa: certificados (o documentos similares) emitidos por los medios/soportes, en cuyos espacios se han efectuado las inserciones, que acrediten los datos contenidos en el resumen de las inserciones ejecutadas

4) Relación valorada[1] de las inserciones ejecutadas (que ha de incluirse en las certificaciones parciales)

a) Contenido (desglosado a nivel de cada medio/soporte)

- número de inserciones
- importe de la tarifa oficial[2] por inserción
- descuento aplicado
- precio resultante de la aplicación del descuento al importe de la tarifa

[1] Estipulada en el apartado 32.1.1.c) de las condiciones generales del PCAP.
[2] Tarifa que los medios/soportes propietarios de los espacios publicitarios aplican a cualquier comprador.

b) Documentación justificativa: facturas emitidas por los medios/soportes en cuyos espacios se han efectuado las inserciones y justificantes del pago de las mismas

III.II.– Inserciones que no forman parte de una campaña

1) Resumen de ejecución mensual

   a) Contenido (desglosado a nivel de medio/soporte): número y fecha de las inserciones efectuadas durante el mes

   b) Documentación justificativa: certificados (o documentos similares) emitidos por los medios/soportes en cuyos espacios se han efectuado las inserciones, o copias de las mismas, que acrediten la cantidad y la fecha de las inserciones

2) Relación valorada de inserciones mensuales, en los términos –contenido y documentación justificativa– establecidos en el apartado III.I.4)

IV.– CONDICIONES DE EJECUCIÓN

IV.I.– Interlocución

Los intercambios de información entre las partes se realizarán a través de la responsable y la persona coordinadora (en lo sucesivo, coordinadora) designada por el contratista, en cumplimiento de lo estipulado en el apartado 26.2.e) de las condiciones generales del PCAP, empleando como canal de comunicación ordinario el correo electrónico.

IV.II.– Secuencia de actuaciones

1) Inserciones que forman parte de una campaña

a) Requerimiento de ejecución

La responsable enviará el requerimiento a la coordinadora, dentro del horario de atención ordinaria ofertado por el contratista, e incluirá en el mismo los siguientes datos de la campaña:

- objetivo/s
- target
- ámbito geográfico
- fecha/s y/o período de difusión
- grupo/s de medios y/o soportes de inserción
- presupuesto
- pieza/s publicitaria/s original/es (e indicación, en su caso, de los trabajos de maquetación, edición y adaptación de las mismas)

b) Propuesta

La coordinadora enviará a la responsable la propuesta de plan de medios y, en su caso, de la/s pieza/s publicitaria/s original/es maquetadas, editadas y/o adaptadas dentro del plazo máximo ofertado.

c) Revisión y aprobación

La responsable revisará la propuesta y comunicará a la coordinadora su aprobación, con indicación en su caso de los ajustes que deben efectuarse para proceder a la inserción.

d) Inserción y seguimiento

El contratista realizará las gestiones para inserción dentro del plazo máximo ofertado y, una vez iniciada la difusión, la coordinadora remitirá a la responsable los informes de seguimiento de la ejecución durante el periodo de difusión de la campaña.

e) Entrega del informe de ejecución y evaluación de impacto y de la certificación parcial de servicios ejecutados

Una vez concluida la difusión total de la campaña, la coordinadora enviará a la responsable el informe de ejecución y evaluación de impacto y la certificación parcial de servicios ejecutados[3] –estipulada en los apartados 5.2 de las cláusulas específicas y 32.1 de las condiciones generales del PCAP– acompañados de la documentación justificativa de ambos.

2) Inserciones que no forman parte de una campaña

a) Requerimiento de ejecución

La responsable enviará el requerimiento a la coordinadora, dentro del horario de atención ordinaria o extraordinaria, ofertado por el contratista, e incluirá en el mismo:

- fecha/s y/o período de difusión
- medios y/o soportes de inserción
- pieza/s publicitaria/s original/es (e indicación, en su caso, de los trabajos de maquetación, edición y adaptación de las mismas)

b) Entrega del resumen de ejecución mensual y de la certificación parcial de servicios ejecutados

El contratista realizará las gestiones para inserción y la coordinadora enviará a la responsable el resumen de ejecución mensual y la certificación parcial de servicios ejecutados acompañados de la documentación justificativa de ambos.

[3] Que –en cumplimiento de lo establecido en el apartado 32.2 de las condiciones generales y en el Anexo VI.BIS.1 del PCAP– la responsable debe aprobar dentro de los 30 días siguientes a la fecha de presentación.