

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LOS SERVICIOS DE ESTRATEGIA, PLANIFICACIÓN Y COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS, TANTO EN ON COMO EN OFF LINE.

1.- Objeto. El objeto de los presentes Pliegos es fijar las condiciones técnicas que regirá la contratación de los servicios de estrategia, planificación y gestión de la contratación y compra de espacios publicitarios, en cualquiera de sus modalidades, en el ámbito, principalmente, de la CAV y circunstancialmente en otras comunidades o en el conjunto del Estado español, e incluso fuera de él.

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 el Departamento de Planificación Territorial, Vivienda y Transportes del Gobierno Vasco.
- Publi-reportajes y colaboraciones en medios de comunicación para la difusión de informaciones de interés para la ciudadanía

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

2. Servicios requeridos. El Departamento solicitará a la adjudicataria la realización de un plan de medios que responda a los objetivos fijados por el mismo.

El adjudicatario deberá proponer el plan de medios y contratar los espacios, verificando el cumplimiento de las órdenes cursadas y entregando los comprobantes en sus distintos formatos una vez completada y finalizada la campaña.

2.1. Anuncios oficiales o informativos. En el caso de los anuncios oficiales en los diarios, el Departamento facilitará el texto y las orlas al adjudicatario por medios telemáticos para que proceda a la maquetación correspondiente de los originales necesarios derivados del plan de medios. El adjudicatario remitirá el anuncio junto con la planificación y el presupuesto de medios a la Administración para su aprobación. Una vez aprobadas ambas, se procederá al envío de órdenes y materiales a los soportes seleccionados. El servicio de maquetación estará incluido en los precios ofertados en el en el anexo de proposición económica

2.2. Anuncios de campañas publicitarias. En el caso de que se tramiten anuncios de campañas publicitarias cuya creatividad haya sido ya contratada con anterioridad, el adjudicatario elaborará un plan de medios ajustado a los requerimientos del pliego correspondiente, optimizando los recursos y rentabilizando la inversión realizada.

El adjudicatario negociará tácticamente condiciones añadidas, en términos cualitativos y cuantitativos, con los soportes o adoptará aquellas negociaciones que el Departamento haya alcanzado con algún soporte publicitario.

El adjudicatario se encargará de la adaptación y envío de los diferentes originales a los soportes seleccionados, así como de la petición de avales y permisos necesarios para la emisión de publicidad. Estos gastos correrán a cargo de la adjudicataria.

2.3. Publicidad online. Cuando se trate de tramitar publicidad en las versiones online de los medios, en los buscadores o en redes sociales, el adjudicatario garantizará que se alcancen los públicos objetivos deseados con el objetivo de optimizar la inversión. El adjudicatario 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 al Departamento las claves de acceso para que pueda supervisar las estadísticas de audiencia y, finalizada la campaña, el adjudicatario deberá remitir un informe evaluando su rentabilidad de forma que permita estructurar adecuadamente la futura compra de medios.

2.4. Publireportajes y colaboraciones con medios. Cuando se trate de tramitar publireportajes y colaboraciones en y con medios de comunicación, el adjudicatario se encargará de cursar las órdenes oportunas para su realización y del cumplimiento de los acuerdos para ello alcanzados por el Departamento, tanto a nivel económico, como publicitario.

3. Órdenes de trabajo. El Departamento cursará al adjudicatario las órdenes de tramitación de publicidad con indicación de los medios y soportes a contratar, fechas, formatos, precios y espacios requeridos con el fin de que se proceda a su contratación. La adjudicataria facilitará en soporte electrónico un modelo de "orden de trabajo" para facilitar el cursado.

5. Ofertas económicas. El adjudicatario percibirá, en concepto de contraprestación por sus servicios, una comisión de cursado y cederá en factura al Departamento los descuentos que considere oportunos a partir de las tarifas oficiales de los soportes de comunicación incluidos en el anexo de proposición económica, sin tener en cuenta rappelés, paquetes comerciales u otro tipo de ofertas especiales. En el caso de descuentos no contemplados en el catálogo de las tarifas oficiales de los medios, los licitadores aportarán un documento que confirme la cesión de dichos descuentos por parte de los medios a la agencia.