

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS

(PROCEDIMIENTO ABIERTO)

Contratación de los servicios de planificación y compra de espacios publicitarios en diferentes medios y soportes de comunicación para la difusión de información relativa a Osakidetza.

2022/02215



INDICE

1. OBJETO DEL CONTRATO.....	4
1.1. Justificación de necesidad e idoneidad del contrato.....	4
1.2. Justificación de insuficiencia de medios en contratos de servicios.....	5
1.3. Procedimiento de adjudicación	5
2. ÁMBITO Y ALCANCE DEL CONTRATO	5
2.1. Organizaciones implicadas o lugar de prestación y/o ejecución.....	5
3. LOTES.....	5
3.1. Lotes: Objeto / Descripción / Códigos.	5
4. REQUISITOS NORMATIVOS Y ETIQUETAS O CERTIFICACIONES GENERALES	6
5. REQUISITOS NORMATIVOS Y ETIQUETAS O CERTIFICACIONES POR LOTES	6
5.1. Requisitos normativos por lote.....	6
6. REQUISITOS TÉCNICOS GENERALES	6
6.1. Requisitos técnicos generales aplicables a todos los lotes: (si los hubiera).....	6
7. REQUISITOS TÉCNICOS POR LOTES	9
7.1. Requisitos técnicos excluyentes por lote	9
7.2. Requisitos técnicos no excluyentes por lote	9
7.3. Número máximo de lotes a los que licitar (si los hubiera)	9
7.4. Número máximo de adjudicatarios por lotes (si los hubiera)	9
8. VARIANTES TÉCNICAS.....	9
9. MUESTRAS / PRESENTACIÓN DE PRODUCTO / VISITA DE OBRA	9
9.1. Muestras	9
9.2. Presentación de producto:	9
9.3. Visita de obra	9



10. LUGAR Y PLAZOS DE ENTREGA / PLAN DE PUESTA DE MARCHA.....	10
11. MODELO DE GESTIÓN	10
11.1. Equipo organizativo (si lo hubiera)	10
11.2. Medios personales adscritos a la ejecución del contrato	10
11.3. Medios materiales adscritos a la ejecución del contrato	10
12. EJECUCIÓN / FACULTAD DE INSPECCIÓN / PLAN DE TRABAJO / PROGRAMA DE TRABAJO	11
12.1. Condiciones de ejecución.....	11
12.2. Modelo de control y seguimiento	11
12.3. Programa de trabajo	11

1. OBJETO DEL CONTRATO

El objeto del presente expediente es la contratación de los servicios de planificación y compra de espacios publicitarios en diferentes medios y soportes de comunicación en la Comunidad Autónoma de Euskadi y circunstancialmente, en el resto del Estado, para la difusión de información relativa al Servicio Vasco de Salud – Osakidetza.

1.1. Justificación de necesidad e idoneidad del contrato

Tal y como se menciona en Memoria Justificativa, se describe a continuación la justificación de la contratación:

La publicidad representa una parte fundamental de la inversión en medios de comunicación de la Administración. Los criterios que se utilizan para la distribución de la publicidad entre los diferentes medios de comunicación atienden a diversas variables.

Se toman en consideración, por un lado, los objetivos de la propia comunicación, el tipo de mensaje que se desea trasladar, el público objetivo al que se dirigen y la información que aportan a la ciudadanía, el grado de penetración y audiencia de los medios, los soportes que ofrece, el ámbito territorial y su capacidad de difusión o el perfil de su público objetivo habitual del medio.

Por otro lado, los criterios de carácter económico vinculados a la dotación presupuestaria, las tarifas ofrecidas por los medios y las condiciones para la difusión de los mensajes.

Se tiene en cuenta también las variables vinculadas a la capacidad de prescripción social de los diferentes medios de comunicación, el tipo de contenidos que socializan, el mix de medios que ofrecen los grupos de comunicación, la especialización o la presencia en los nuevos soportes.

Además, y más en una época influenciada por la pandemia, es importante hacer llegar a la población información relacionada con la promoción de su salud, así como las herramientas y canales para el acceso y contacto con el sistema sanitario, concretamente con Osakidetza.



1.2. Justificación de insuficiencia de medios en contratos de servicios

La actividad que se pretende contratar está incluida entre los servicios que pueden ser contratados, conforme a la Instrucción sobre Buenas Prácticas en la Contratación de Servicios del Gobierno Vasco, y no disponiendo de medios materiales ni humanos necesarios para abastecerse, se considera necesaria su contratación.

1.3. Procedimiento de adjudicación

El procedimiento de adjudicación seleccionado es el procedimiento abierto.

2. ÁMBITO Y ALCANCE DEL CONTRATO

El expediente comprenderá todos los servicios de planificación y compra de espacios publicitarios en diferentes medios y soportes de comunicación en la Comunidad Autónoma de Euskadi y circunstancialmente, en el resto del Estado, para la difusión referida a todas las organizaciones de servicios de Osakidetza.

2.1. Organizaciones implicadas o lugar de prestación y/o ejecución

Ente Público Osakidetza.

3. LOTES

3.1. Lotes: Objeto / Descripción / Códigos.

Un único lote el cual comprende en su totalidad el servicio de planificación y compra de espacios publicitarios en diferentes medios y soportes de comunicación. No procede la división por lotes del expediente por razones de mayor eficiencia y coordinación de la ejecución de las prestaciones, y por la imposibilidad de realizar un seguimiento del servicio si está fragmentado, en lugar de ser unificado.

LOTE	DESCRIPCIÓN
1	Contratación de los servicios de planificación y compra de espacios publicitarios en diferentes medios y soportes de comunicación para la difusión de información relativa a Osakidetza.



4. REQUISITOS NORMATIVOS Y ETIQUETAS O CERTIFICACIONES GENERALES

La empresa adjudicataria ejecutará el contrato con sujeción a:

- La Ley 6/2010, de 23 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional de Euskadi.
- Las cláusulas contenidas en este Pliego y las especificaciones del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares que forma parte integrante del mismo.
- Por cualesquiera otras disposiciones que regulen la contratación tanto a nivel estatal como de la Comunidad Autónoma de Euskadi y que resulten aplicables en el ámbito de la misma.

5. REQUISITOS NORMATIVOS Y ETIQUETAS O CERTIFICACIONES POR LOTES

5.1. Requisitos normativos por lote

LOTE 1:

5.1.1. Lote 1: Requisitos normativos y etiquetas

Los establecidos en los requisitos normativos y etiquetas generales.

6. REQUISITOS TÉCNICOS GENERALES

6.1. Requisitos técnicos generales aplicables a todos los lotes:

6.1.1. Servicios requeridos

Osakidetza 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, Osakidetza cursará al adjudicatario las ordenes 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 habrá de proponer, en función de las necesidades establecidas, 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.

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 del propio Ente Público Osakidetza la adopción de la decisión final tanto en extensión, medios, precios y demás causas que incidan en la prestación del servicio.

Osakidetza 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 Osakidetza, 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.

Las maquetaciones y adaptaciones de los originales de la campaña a las necesidades devenidas deberán ser sin coste económico añadido.

6.1.2. Anuncios oficiales o informativos

En el caso de los anuncios oficiales en los diarios, Osakidetza facilitará el texto y las orlas de los anuncios oficiales al adjudicatario por medios telemáticos para que proceda a la maquetación correspondiente de los originales necesarios derivados del plan de medios. El adjudicatario remitirá a Osakidetza para su aprobación, la maqueta del anuncio junto con la planificación de medios y su presupuesto y, con su visto bueno, procederá a su envío a los diferentes medios. El servicio de maquetación estará incluido en la contratación del servicio.



6.1.3. Campañas publicitarias

En el caso de que se tramiten anuncios correspondientes a campañas publicitarias, cuya creatividad haya sido ya contratada con anterioridad, el adjudicatario 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.

6.1.4. Publicidad on-line

Cuando se trate de tramitar publicidad en las versiones online de los medios o en los buscadores, el adjudicatario garantizará que se alcancen los públicos objetivo deseados con el propósito 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.

6.1.5. Publireportajes y/o colaboraciones con medios.

Cuando se trate de tramitar publireportajes y/o colaboraciones en y con diferentes 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 Osakidetza tanto a nivel económico como publicitario.

6.1.6. Tiempo de respuesta para la resolución de demandas.

La empresa adjudicataria habrá de proponer, en función de las necesidades establecidas, el plan de medios y el presupuesto en el plazo requerido por Osakidetza.

De la misma forma, Osakidetza establecerá el plazo comprendido entre la orden de inserción establecida en el correspondiente Plan de Medios y su difusión, que deberá ser cumplido por la empresa adjudicataria.



7. REQUISITOS TÉCNICOS POR LOTES

7.1. Requisitos técnicos excluyentes por lote

No procede.

7.2. Requisitos técnicos no excluyentes por lote

No procede.

7.3. Número máximo de lotes a los que licitar

No procede.

7.4. Número máximo de adjudicatarios por lotes

No procede.

8. VARIANTES TÉCNICAS

No procede.

9. MUESTRAS / PRESENTACIÓN DE PRODUCTO / VISITA DE OBRA

9.1. Muestras

No procede

9.2. Presentación de producto:

No procede.

9.3. Visita de obra

No procede.



10. LUGAR Y PLAZOS DE ENTREGA / PLAN DE PUESTA DE MARCHA

Lo establecido en los Requisitos técnicos generales.

11. MODELO DE GESTIÓN

Lo establecido en los Requisitos técnicos generales.

11.1. Equipo organizativo

Debe existir por parte de la empresa adjudicataria disposición de medios materiales y humanos suficientes para garantizar el buen desarrollo de este tipo de servicio con las características que se describen en este pliego.

11.2. Medios personales adscritos a la ejecución del contrato

El personal encargado de realizar el trabajo no tendrá vinculación con Osakidetza y dependerá única y exclusivamente del contratista, el cual asumirá la condición de empresario con todos los derechos y deberes respecto a dicho personal, con arreglo a la legislación vigente y a la que en lo sucesivo se promulgue.

El adjudicatario del presente contrato dispondrá 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 Osakidetza, 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.

11.3. Medios materiales adscritos a la ejecución del contrato

Se considera imprescindible que la empresa adjudicataria cuente para la realización de las prestaciones objeto de este contrato con los siguientes recursos materiales:



- Correo electrónico.
- Servicios de FTP, para lo cual el adjudicatario pondrá a disposición exclusiva de Osakidetza una cuenta privada de FTP.
- Licencias para usos de programas FreeHand, Adobe Photoshop y QuarkXpress, Office y Adobe Acrobat o similares.

12.EJECUCIÓN / FACULTAD DE INSPECCIÓN / PLAN DE TRABAJO / PROGRAMA DE TRABAJO

12.1. Condiciones de ejecución

No procede.

12.2. Modelo de control y seguimiento

No procede.

12.3. Programa de trabajo

No procede.

Vitoria-Gasteiz, 2022ko uztailaren 29a

Vitoria-Gasteiz, a 29 de julio de 2022

Zerbitzu Estrategiko Teknikaria /
Técnico de Servicios Estratégicos

Izpta./Fdo. Estíbaliz Ruiz de Mendoza Vitoria

Documento firmado por: MARIA
ESTIBALIZ RUIZ DE MENDOZA
VITORIA