



**PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL PROCEDIMIENTO ABIERTO SIMPLIFICADO, PROMOVIDO POR LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN DE LEHENDAKARITZA PARA LA CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE PLANIFICACIÓN Y COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS EN PRENSA, RADIO y ON LINE, PARA DESARROLLAR LA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN “DÍA DE LAS NACIONES UNIDAS: AGENDA 2030”**

## 1.- 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 y on-line, para desarrollar una campaña de comunicación en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Euskadi para el ejercicio 2018 cuyo fin es subrayar el compromiso de Euskadi con la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas en las fechas próximas al “Día de Naciones Unidas”, 24 de octubre. El presupuesto para esta campaña será de 90.000 euros, más un 21% de IVA, siendo un total de 108.900 euros.

## 2.- Servicios requeridos

La Dirección de Comunicación de Lehendakaritza solicita a las empresas licitadoras la planificación de medios en **prensa, radio e internet** en Euskadi con el objetivo visualizar el compromiso de Euskadi con la Agenda 2030 de Naciones Unidas, ya que desde abril cuenta con una agenda propia alineada con los ODS: Agenda Euskadi Basque Country 2030. La campaña se realizaría a lo largo del mes de octubre, con posibilidad de alargarla durante los meses de noviembre y diciembre de 2018. El **target** para esta campaña sería toda la población de Euskadi y el **ámbito de actuación** sería la Comunidad Autónoma de Euskadi.

La Dirección de Comunicación facilitaría a la empresa adjudicataria los originales de la campaña preparados para su inserción, sabiendo que las características técnicas de las piezas publicitarias disponibles serían las siguientes:

- 1 anuncio de prensa en castellano de tamaño de página completa
- 1 anuncio de prensa en euskera de tamaño de página completa
- 1 cuña publicitaria en castellano: 20”
- 1 cuña publicitaria en euskera: 20”
- 1 banner en castellano: 600x300 y 300x300
- 1 banner en euskera: 600x300 y 300x300

La empresa contratante deberá ofertar la posibilidad de servicio de maquetación y adaptación de originales.

La empresa adjudicataria propondrá a Lehendakaritza, a la Dirección de Comunicación, el plan de medios y el presupuesto y una vez que obtenga el visto bueno de ésta, 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.

A la hora de la planificación de medios, la agencia tendrá en cuenta la necesidad de alcanzar difusión en los tres territorios de Euskadi, seleccionando aquellos que se consideren, por su notoriedad o audiencia, como los más adecuados.

### **3.-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: Photoshop, indesign, quarkxpress, o similares

-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.

### **4.- Supervisión y seguimiento**

La empresa licitadora entregará un informe de eficacia y eficiencia de la campaña que incluya indicadores que permitan analizar y valorar los resultados.

Este informe incluirá los siguientes indicadores para cada soporte seleccionado, para el total por medio (prensa, radio e Internet) y para el total de la campaña: Inserciones, Coberturas, GRP, OTS, Coste de la inserción, CPM/Cobertura, CPM/Contacto.

Se valorará la idoneidad, adecuación y justificación de la planificación estratégica de cada medio y soporte seleccionado, para alcanzar los objetivos y al público destinatario, en base a garantizar la mayor cobertura y el máximo número de impactos, optimizando los recursos económicos disponibles.