



INFORME PARA LA CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE PLANIFICACIÓN Y COMPRA DE ELEMENTOS INFORMATIVOS, PUBLICITARIOS, DE COMUNICACIÓN Y SOCIALIZACIÓN EN DISTINTOS MEDIOS Y SOPORTES DE COMUNICACIÓN (PRENSA, RADIO, TV, EXTERIORES E INTERNET) (2018013CO300)

Al comienzo de la actual legislatura 2015-2019 la Diputación Foral de Gipuzkoa elaboró el Plan Estratégico de Gestión concebido como el principal instrumento para el liderazgo en su acción de gobierno. El mismo establece, por un lado, los mecanismos de gobernanza que aseguren la eficacia en la implementación del Plan y, por otro lado, destaca, como característica prioritaria de su sistema de gobernanza, el alineamiento entre las políticas públicas y las metas colectivas del territorio.

En el Plan, además de los dos objetivos estratégicos de carácter transversal –la búsqueda de un nuevo modelo de gobernanza y la consolidación de la convivencia ciudadana–, se indica que la realidad más inmediata del territorio estará marcada por la necesidad de asentar la recuperación que comienza a vislumbrarse, el fortalecimiento del modelo de bienestar social y cohesión social, y, la ejecución de los proyectos pendientes para la modernización del territorio.

Se plantea una visión renovada del futuro de Gipuzkoa que se ha de construir y compartir con el resto de agentes y personas del Territorio y de su entorno. En este marco, la Diputación Foral de Gipuzkoa ha lanzado la iniciativa Etorbizuna Eraikiz, que tiene por objetivo fortalecer la capacidad de Gipuzkoa para hacer frente a sus retos de futuro.

Abordar el Plan Estratégico de Gestión –con sus objetivos y prioridades–, así como la iniciativa Etorbizuna Eraikiz –con sus programas y actuaciones–, exige abordar la relación y la comunicación con la ciudadanía del territorio. Esta relación constituye un elemento esencial, en el marco de una gobernanza abierta y colaborativa propuesto por la Diputación Foral de Gipuzkoa. La búsqueda de una interacción permanente con la ciudadanía y con el resto de los agentes económicos y sociales del territorio constituye una de las prioridades de la legislatura.

Hacer un esfuerzo para poner en marcha nuevas líneas de relación es esencial en momentos en los que la ciudadanía percibe con lejanía la acción pública. Uno de los principales desafíos de la Diputación Foral de Gipuzkoa para la presente legislatura consiste en acercar el trabajo de la Diputación Foral a la ciudadanía, utilizando para ello tanto los canales de comunicación tradicional como nuevas herramientas y sistemas de comunicación.

La Diputación Foral de Gipuzkoa quiere fortalecer la legitimidad de los procesos y aumentar el nivel de confianza e implicación de la ciudadanía respecto a los actores políticos e institucionales. Para ello, considera necesario abordar una comunicación que, siendo percibida con cercanía por la ciudadanía, facilite su participación en el desarrollo de la vida comunitaria. La existencia de una buena comunicación es una forma de abordar la complejidad de las sociedades modernas y, máxime, en Gipuzkoa, cuya sociedad tiene un fuerte sentido comunitario, donde el compromiso, la participación y el equilibrio territorial constituyen valores nucleares para la sociedad guipuzcoana.

La iniciativa Etorbizuna Eraikiz se presenta como una herramienta de experimentación y acción de cara a poner en marcha proyectos enfocados en el futuro, donde participan



diferentes agentes. Dada la envergadura del proyecto, con el objeto de dar a conocerla entre la ciudadanía y buscar su complicidad, la Diputación Foral de Gipuzkoa, en el marco de su comunicación institucional, impulsará una campaña con la que tratará de dar a conocer Etorikizuna Eraikiz entre las y los guipuzcoanos.

La Dirección General de Comunicación tiene encomendada la dirección, impulso y elaboración de toda la estrategia de socialización y comunicativa para la legislatura, tarea para la que precisa de la contratación de espacios publicitarios en los que dar a conocer su actuación, dada la falta de medios propios para poder realizar adecuadamente dichos trabajos

El presupuesto base de licitación del contrato se fija en 1.640.000,00 euros, IVA incluido, de los que 1.355.371,90 euros corresponden al importe neto y 284.628,10 en concepto de IVA, 21%. Dado que se prevé la posibilidad de la prórroga de dicho contrato por un periodo similar al inicial, el valor estimado del contrato asciende a un importe de 2.710.743,8 euros.

El gasto se distribuye en la siguiente anualización:

2018: 1.140.000,00 euros

2019: 500.000,00 euros

El cálculo del presupuesto base y su periodificación se ha realizado a partir de la aplicación del coste estándar que corresponde a la tipología de campañas objeto de la presente contratación. En este caso se distinguen dos tipos de campaña y una presencia de carácter más difuso:

- Campaña de carácter estratégico. Es la referida a la iniciativa Etorikizuna Eraikiz y se caracteriza por: una presencia constante y permanente a lo largo del año; se vincula comunicativamente con el eje básico de actuación del gobierno foral durante la segunda parte de la legislatura; contiene informaciones que se insertan en las diferentes ámbitos sectoriales de la Diputación Foral, si bien lo hace desde una visión global del conjunto de la institución; es una campaña extensiva en lo que se refiere al uso de los diferentes medios de comunicación disponibles. Estimación de costo para el conjunto de la campaña de Etorikizuna Eraikiz durante 2018: 550.000 euros.
- Campañas de orientación más temática. Son campañas de corte más sectorial, si bien algunas son de carácter transversal. Son campañas concentradas en el tiempo -duración estimada de 4 semanas. Se han previsto 4 campañas -economía, políticas sociales, diversidad e igualdad-. Estimación de costo unitaria de cada campaña durante 2018: 100.000 euros.
- Pequeñas presencias en los medios de actuaciones de los departamentos de la Diputación Foral de Gipuzkoa. No llegan a constituir campañas en sentido estricto pero actúan como espejo de la actuación de los diferentes departamentos. Estimación coste durante 2018: 190.000 euros.

Por su parte, la periodificación se ha hecho proporcionalmente a la duración, tomando en consideración que al ser el año 2019 un ejercicio con elecciones municipales y forales el tiempo efectivo por la naturaleza de los procesos electorales quedará reducida a una duración de 3 meses.



Respecto al fraccionamiento en lotes del objeto del contrato, no se contempla esta posibilidad, dado que la primera tarea de la presente licitación es que las empresas ofertantes elaboren una propuesta de estrategia del mix de medios. Cada oferta plantea y elabora su propuesta mezclando e intercambiando múltiples variables. Se trata de paquetes que, tan solo, tienen coherencia si se cogen en su globalidad. Las propuestas de las empresas ofertantes deberán proponer la combinación que mejor respuesta dé a los tres aspectos básicos que la licitación plantea: máxima cobertura territorial (Nivel de adecuación de la propuesta a la realidad territorial de Gipuzkoa); mejor variedad de soportes y cadenas (Las propuestas deben garantizar la llegada a todas las audiencias y perfiles e incluir variedad de cabeceras de prensa, radio, redes y otros); y, mejor propuesta de evaluación de audiencias (Valoración respecto a la tasa de penetración, los horarios, la frecuencia en la repetición del mensaje y los impactos útiles, OTS y GRP's).

A tal fin se han elaborado el pliego de prescripciones técnicas que se adjunta al presente informe.

En San Sebastián, a 27 de febrero de 2018

La Directora General
de Comunicación

Fdo.: _____
Elene Arrazola Soto

El Jefe de la Secretaría del
Área del Diputado General

Fdo.: _____
Ander Arzelus Aramendi

