PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA PLANIFICACIÓN DE MEDIOS Y COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS EN REDES SOCIALES, ASÍ COMO EJECUCIÓN DE LOS PLANES DE MEDIOS PARA LAS ACCIONES DE COMUNICACIÓN DE LA CONSEJERÍA DE LA PRESIDENCIA, ADMINISTRACIÓN PÚBLICA E INTERIOR DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA.
(expdte. ref. CONTR/2019/356728)

1.- OBJETO:

La presente contratación tiene por objeto la planificación estratégica y compra de espacios publicitarios en REDES SOCIALES, así como la ejecución y seguimiento de las acciones de comunicación y de las campañas informativas y divulgativas que la Consejería de la Presidencia, Administración Pública e Interior de la Junta de Andalucía quiera llevar a cabo en las materias de las competencias que tiene atribuidas.

En este caso comprenderá la ***gestión de las acciones transversales de comunicación institucional de la Junta de Andalucía*** en dichos medios de comunicación, a excepción de las correspondientes a los procesos electorales, las financiadas con fondos comunitarios y las desarrolladas por los entes instrumentales. No se incluyen en este objeto trabajos de diseño y creatividad.

2.- CONTENIDO:

2.1.- Ámbito y Público destinatario:

Las acciones de comunicación se desarrollarán, con carácter general, en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Andalucía, sin perjuicio de los distintos ámbitos que para cada acción vengan determinados por el contenido de las mismas o que en su caso señale el órgano impulsor de dicha acción de comunicación. ***Comprenderán acciones que promuevan valores transversales de la Junta de Andalucía o acciones relevantes para amplios sectores de la ciudadanía, incluso si en su mensaje tales campañas puedan incluir contenidos relacionados con competencias o iniciativas de diversas Consejerías***.

El público objetivo destinatario será aquel que se determine para cada caso, según el contenido de la acción de comunicación que se vaya a realizar.

Las empresas adjudicatarias de cualquiera de los lotes de este concurso tendrán información cumplida de cuáles son los grupos de los públicos objetivos en cada momento, con la antelación suficiente como para que pueda elaborar la planificación de soportes.

2.2.- Objetivos y mensajes:

Los objetivos y mensajes básicos de cada campaña serán determinados en cada caso concreto por el órgano impulsor de la acción.

2.3.- Periodo de campaña:

Las empresas adjudicatarias recibirán con antelación suficiente los calendarios que se establezcan para llevar a cabo las acciones de comunicación previstas.

3.- TRABAJOS A REALIZAR:

3.1.- Planificación estratégica, reserva y compra de espacios publicitarios (Redes Sociales).

3.2.- Compra de espacios publicitarios en los distintos soportes de las acciones de comunicación transversales que se vayan a realizar, en tiempo real si fuera necesario.

3.3.- Configuración y lanzamiento de campañas transversales en el medio. Optimización y seguimiento de las campañas in situ.

3.4.- Asesoramiento e información sobre la eficacia publicitaria, rentabilidad de soportes, comparativa entre medios y todos aquellos aspectos técnicos necesarios para el proceso de toma de decisiones

3.5.- Ejecución y seguimiento de las acciones de comunicación transversales a través de informes postacción, en los que se analicen los resultados, así como la audiencia y cobertura alcanzada.

3.6.- Adaptación de las piezas que conformen la acción de comunicación cuando sea necesario.

4.- CONDICIONES GENERALES:

4.1.- En su debido momento, por la Dirección General de Comunicación Social se facilitará a la Empresa adjudicataria una copia original de cada pieza creativa para la difusión en los medios, debiendo realizar ésta las adaptaciones necesarias para la difusión en el medio.

4.2.- En cada acción de comunicación, la Empresa adjudicataria deberá presentar la **propuesta de planificación detallada**, con calendario u óptico de campaña por soportes, y estar evaluada debidamente en términos de impresiones, visualizaciones, reproducciones, alcance exacto, clics, número de fans...

La empresa deberá incluir previsión de calendario de planificación en cuanto a tiempo que necesitan para ejecutar una acción que contemple la estrategia de comunicación propuesta. Recogerá los recursos propios y/o ajenos y las herramientas con las que cuentan para validar el impacto de la Publicidad Digital, midiendo impresiones válidas, alcance y frecuencia en función del publico al que se dirija la acción de comunicación.

4.3.- Las empresas adjudicatarias, en el caso de que algún soporte efectuara cambios que afectaran a su audiencia o ante cualquier otra incidencia debidamente justificada, deberán adaptarla

planificación propuesta, previo informe y consulta a la Dirección General de Comunicación Social de la Consejería de la Presidencia, Administración Pública e Interior.

De forma general, cualquier cambio en la planificación, debido a causas extraordinarias y ajenas a la empresa adjudicataria, deberá ser comunicado previamente a dicha Dirección General, a la mayor brevedad posible, para la aprobación de la propuesta alternativa presentada por la misma.

Las empresas adjudicatarias se obligan a asumir el 100% de costes sobrevenidos no imputables a las partes.

4.4.- Al inicio de cada campaña publicitaria o acción de comunicación, el adjudicatario remitirá al responsable del contrato un informe de activación de la misma, y con posterioridad al menos un informe de seguimiento de ejecución de ésta. Finalizada cada campaña o acción de comunicación, el adjudicatario deberá remitir un informe de ejecución evaluando su rentabilidad de forma que permita estructurar adecuadamente la futura compra de medios.

Las empresas adjudicatarias deberán remitir mensualmente, o cuando se le solicite por el responsable del contrato, informes de ejecución global del contrato hasta la fecha (listado de acciones planificadas y/o ejecutadas con detalle de importe, período de ejecución, incidencias observadas, así como desglose del gasto por soporte/principales grupos de comunicación).

4.5.- Dentro de la funciones de dirección, coordinación y seguimiento de los trabajos objeto del contrato, por parte del responsable del trabajo se podrán hacer cuantas sugerencias y modificaciones se consideren necesarios para el mejor logro de los objetivos perseguidos, siempre dentro del límite máximo del presupuesto establecido y las condiciones fijadas en la oferta del adjudicatario.

4.6.- Se recuerda que la Junta de Andalucía, como anunciante, ha adoptado el compromiso de no insertar publicidad institucional en soportes que publiquen anuncios de contactos.

4.7.- El presupuesto máximo del contrato asciende a 217.800.000 euros (IVA incluido).

La adjudicación conlleva la obligación de realizar las prestaciones durante todo el tiempo de duración del contrato o, en su caso, hasta agotar el presupuesto.

4.8.- La distribución anual será la siguiente (IVA incluido):

TOTAL CONTRATO	**2019**	**2020**
217.800,00 €	18.150,00 €	199.650,00 €

4.9.- El plazo de ejecución será de 12 meses, salvo que con anterioridad se agote el presupuesto, pudiendo prorrogarse, por mutuo acuerdo de las partes, por un plazo máximo igual al inicial.

Dicho plazo de ejecución comenzará el día 01 de diciembre de 2019, o en la fecha de formalización del contrato si ésta fuera posterior.

4.10.- El pago de la Administración se realizará al contratista contra factura, a expedir de acuerdo con la normativa vigente, debidamente conformada por el responsable del contrato.

La empresa contratada tiene derecho al abono en pagos parciales de los servicios que se hayan prestado, no tratándose de gastos con una periodicidad prefijada. Debe tenerse en cuenta que el número total de entregas o prestaciones incluidas en el objeto del contrato no se define con exactitud al tiempo de celebrar este, por estar subordinadas las mismas a las necesidades de la Administración.

Será necesaria, para tramitar su pago, la aportación por parte de la empresa, junto con su factura, de las facturas y el informe de resultados de las inserciones realizadas emitidos por los soportes planificados, debiendo en todo caso quedar claramente identificada la campaña o acción realizada y su coste. En caso de realizar la compra de espacios publicitarios a través de central de compras, las citadas facturas se podrán sustituir por aquella emitida por tal central de compras.

Dicho abono, en concepto de contraprestación por sus servicios, consistirá en el coste facturado por los soportes -o central de compras- más el recargo sobre estos.

4.11.- Las empresas adjudicatarias deberán mantener una total discreción y confidencialidad sobre la información relativa al contenido y desarrollo de los trabajos objeto el contrato, asumiendo las responsabilidades que se puedan derivar de su utilización sin autorización expresa de la Administración.

4.12.- Las empresas adjudicatarias deberán mantener reuniones con la persona responsable del contrato con una periodicidad mínima mensual y, en todo caso, cuando así se requiera por dicha persona.

4.13.- Cada contratista aporta su propia dirección y gestión al contrato, siendo responsable de la organización del servicio, de la calidad técnica de los trabajos que desarrolle y de las prestaciones y servicios realizados. La empresa contratista dispondrá, para la ejecución del contrato, de una estructura jerarquizada, que se hará responsable de impartir a sus trabajadores las correspondientes órdenes, criterios de realización del trabajo y directrices de cómo distribuirlo. Le corresponderán a la Administración los poderes de verificación y control de la contrata establecidos en la Ley de Contratos del Sector Público, absteniéndose para ello de ejercer función alguna de control, dirección u organización del personal de la empresa contratista.

Los trabajos se realizarán en las oficinas del adjudicatario, salvo que excepcionalmente y por el tiempo mínimo imprescindible, fuera necesario realizar actuaciones puntuales en las dependencias de la Administración por razón de consulta o utilización de material o documentación obrante en esta.

La contrata dispondrá de un local/oficina para la realización del trabajo. La dotación de este local, la organización física de las instalaciones, sin perjuicio de las limitaciones que pueda imponer la Administración, y el acopio de medios materiales de este (mobiliario, material de oficina, material informático y de comunicaciones) corresponde a la contrata. La empresa contratista dispondrá en este local de un delegado/a, que, bajo las directrices exclusivas de su empresa, dirigirá y organizará la actividad de los trabajadores de la empresa allí destacados, controlando, además, la ejecución del servicio. Es responsabilidad de la empresa contratista facilitar a sus trabajadores los medios materiales necesarios para llevar a cabo su trabajo. El contratista deberá concertar o acreditar que disponen de un seguro de responsabilidad civil que cubra todas sus posibles responsabilidades ante la Administración derivadas de la ejecución del contrato.

Es responsabilidad de la empresa contratista y de sus delegados/as impartir todas las órdenes, criterios de realización del trabajo y directrices a sus trabajadores/as, siendo la Administración pública de todo ajena a estas relaciones laborales y absteniéndose, en todo caso, de incidir en las mismas. Corresponde asimismo a la empresa contratista, de forma exclusiva, la vigilancia del horario de trabajo de los trabajadores, las posibles licencias horarias o permisos o cualquiera otra manifestación de las facultades del empleador. No obstante, es responsabilidad exclusiva del contratista, en la forma establecida en los pliegos, asegurar que el servicio quede convenientemente cubierto.

4.14.- La adjudicataria pondrá a disposición del contrato el personal necesario con la cualificación técnica adecuada, evitando incluir variaciones de personal a lo largo del contrato. La adjudicataria designará una persona “gestor/a de cuentas” como responsable concreto del contrato e interlocutor con los responsables de la Dirección General de Comunicación Social, a fin de resolver incidencias que pudieran surgir en el transcurso de la prestación de los servicios.

LA DIRECTORA GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL.