PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS POR EL QUE SE HA DE REGIR LA CONTRATACIÓN DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE CREATIVIDAD, PLANIFICACIÓN Y COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS Y PARA LA DIFUSIÓN DE UNA CAMPAÑA DE PROMOCIÓN DEL PESCADO FRESCO DE NUESTRAS COSTAS EN EL ÁMBITO DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA ANDALUZA. EXPTE.: CONTR 2021 63225

1.- OBJETO DEL PLIEGO

La presente contratación tiene por objeto la contratación de la prestación de los siguientes servicios:

Creatividad, planificación estratégica y compra de espacios publicitarios para la realización de una campaña de promoción del pescado fresco de nuestras costas en la Comunidad Autónoma Andaluza, a través de diferentes medios y soportes publicitarios.

La campaña está encaminada a fomentar el consumo, poniendo en valor las principales cualidades y ventajas con las que el pescado fresco puede competir, como su frescura y la calidad de la amplia variedad de pescados y mariscos que nos ofrece la flota pesquera artesanal. Este objetivo de promoción y consumo de nuestro pescado persigue contribuir al mantenimiento de la actividad y de nuestra cultura pesquera y gastronómica.

2.- CONTENIDO

La prestación de servicios consistirá en la ejecución de los trabajos descritos a continuación:

2.1.- Ámbito y público destinatario:

La campaña se desarrollará en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Andalucía y estará dirigida al consumidor/a final mayor de 16 años.

2.2.- Objetivos y mensajes:

La campaña está encaminada a fomentar el consumo, poniendo en valor las principales cualidades y ventajas con las que el pescado fresco puede competir, como su frescura y la calidad de la amplia variedad de pescados y mariscos que nos ofrece la flota pesquera artesanal. Este objetivo de promoción y consumo de nuestro pescado persigue contribuir al mantenimiento de la actividad y de nuestra cultura pesquera y gastronómica.

INMACULADA ENCARNACION PARRADO RIVERA		08/03/2021	PÁGINA 1 / 8
VERIFICACIÓN	NJyGw3gifCZTb93c46B46DuT3C5y0i	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

RAUL JIMENEZ JIMENEZ		17/03/2021	PÁGINA 1 / 8
VERIFICACIÓN	NJyGwtd05j8SlleE0GwW7Ls4Y48z50	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

2.2.1. Objetivos específicos:

a) **Informar** sobre las características diferenciales y la calidad de las especies marinas comerciales más usuales en lonjas y mercados de nuestras costas, resaltando los valores nutricionales de las mismas.

b) **Fomentar** el consumo del pescado fresco de nuestras costas, que gracias a una información veraz y un correcto etiquetado, podrán reconocer los consumidores.

c) **Concienciar** de la importancia de la pesca sostenible y el consumo responsable.

d) **Contribuir al mantenimiento** de nuestra cultura pesquera y gastronómica.

2.2.2. Principales cualidades del pescado fresco de Andalucía:

a) **Frescura y calidad:** La principal ventaja del pescado fresco de nuestras costas para competir en los mercados con los productos que nos vienen del exterior es precisamente su frescura, ya que desde que se captura hasta que llega a nuestros mercados ha transcurrido menos tiempo que en el caso de los que vienen de fuera. Esa frescura también es garantía de calidad. Además, el pescado fresco de nuestras costas, al pasar por lonja tiene todas las garantías sanitarias y se reconoce por su etiqueta.

b) **Tradición**: nuestro pescado forma parte de nuestra tradición y cultura, siendo un elemento fundamental de la gastronomía andaluza.

2.3.- Período de campaña

La campaña se desarrollará durante dos anualidades, en el segundo semestre del año 2021 y primer semestre de 2022.

3.- TRABAJOS A REALIZAR

3.1. Creatividad, producción, adaptación y distribución de las piezas en aquellos casos que se requiera

La empresa adjudicataria deberá presentar la propuesta de estrategia creativa, concepto y claim de la campaña, que deberá ser aprobada por AGAPA, la cual podrá realizar los cambios o adaptaciones que considere necesarios hasta su visto bueno definitivo. AGAPA podrá solicitar a la empresa adjudicataria hasta dos propuestas creativas diferentes aparte de la presentada.

Los recursos gráficos (imágenes y vectores) empleados en el diseño de las piezas proporcionadas por la empresa adjudicataria deberán estar libres de derechos de explotación y sus artes finales habrán de ser entregadas a AGAPA.

INMACULADA ENCARNACION PARRADO RIVERA		08/03/2021	PÁGINA 2 / 8
VERIFICACIÓN	NJyGw3gifCZTb93c46B46DuT3C5y0i	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

RAUL JIMENEZ JIMENEZ		17/03/2021	PÁGINA 2 / 8
VERIFICACIÓN	NJyGwtd05j8SlleE0GwW7Ls4Y48z50	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

Se debe incluir en la oferta el desarrollo creativo de las piezas y adaptaciones que sean necesarias para la difusión de la campaña solicitada, contemplando los siguientes originales y adaptaciones:

PUBLICIDAD EXTERIOR

- Creatividad, diseño y arte final de un original destinado a soportes de publicidad exterior.

- Adaptación gráfica del original a los siguientes soportes:

• MUPIS

• Lona gran formato vertical

• Lona gran formato horizontal

• Valla 8x3 m.

RADIO

- Creatividad, dirección técnica y producción de una cuña de 20'' destinada tanto a medios de comunicación generalistas como especializados.

- Creatividad, dirección técnica y producción de un microespacio de 40'' destinado tanto a medios de comunicación generalistas como especializados.

PRENSA DIGITAL Y REDES SOCIALES

- Formatos estáticos y dinámicos estandarizados por la IAB (https://iabspain.es/quienes-somos-iab-spain/formatos)

En esta partida, se incluyen todos los derechos nacionales e internacionales y permisos necesarios para la realización y utilización de las diferentes piezas creativas (música, imagen, modelos, copyright, localizaciones, …) durante dos años a contar a partir del lanzamiento de la campaña.

Todos los masters y artes finales de la campaña serán realizados en la más alta calidad y formatos aplicando las últimas tecnologías disponibles en el mercado.

3. 2.- Planificación estratégica y compra de espacios de los espacios publicitarios siguientes :

• PUBLICIDAD EXTERIOR: MUPIS

- Período: Dos semanas dentro del período de campaña.

- Planificación: 300 mupis repartidos por las capitales andaluzas de acuerdo con la siguiente distribución:

Huelva (20 mupis)

Cádiz (25 mupis)

Jaén (20 mupis)

Almería (30 mupis)

Granada (35 mupis)

Córdoba (35 mupis)

Málaga (65 mupis)

Sevilla (70 mupis)

El número de unidades de mupis podrá aumentarse con respecto a los indicados en caso de que el precio de adjudicación del contrato sea inferior al importe de licitación, como consecuencia de la baja ofrecida por los licitadores. En este caso, se aumentará proporcionalmente a la oferta económica presentada, el número de mupis hasta agotar el presupuesto, no pudiendo superar en ningún caso el importe máximo de licitación que se ha establecido para la presente contratación.

Los mupis deberán localizarse en lugares céntricos o próximos a los centros urbanos. Todos los soportes deberán ser exteriores, no admitiéndose mupis en estaciones de metro, tren, autobús o similares. Se evitarán los polígonos industriales.

La empresa adjudicataria deberá aportar la relación de emplazamientos, que deberá ser aprobada por AGAPA.

- Formato: Papel. Los formatos de mupi incluidos en la propuesta serán:

INMACULADA ENCARNACION PARRADO RIVERA		08/03/2021	PÁGINA 4 / 8
VERIFICACIÓN	NJyGw3gifCZTb93c46B46DuT3C5y0i	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

RAUL JIMENEZ JIMENEZ		17/03/2021	PÁGINA 4 / 8
VERIFICACIÓN	NJyGwtd05j8SlleE0GwW7Ls4Y48z50	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

Mupis Exentos

Marquesinas

Kioscos

- Lugar: Las ocho capitales andaluzas.

La empresa adjudicataria se encargará de la producción y fijación, así como de la distribución del papel de los mismos.

• RADIO

- Período: Tres semanas dentro del período de campaña.

- Formatos: Cuña de 20” y microespacio de 40”.

- Tipo de soporte: Radio Generalista – No Musical. Ámbito regional. Andalucía.

- Planificación:

• Dos cuñas diarias de 20” a emitir de lunes a viernes, en magazines matinales de máxima audiencia en horario de 7.30 a 12.30 horas; de las cuatro cadenas regionales de mayor audiencia según datos del acumulado móvil del EGM vigente el día de la publicación de esta licitación.

• Un microespacio de 40” diario a emitir de lunes a viernes, cinco en programación local y otros cinco en desconexión local, en magazines matinales de máxima audiencia en horario de 7.30 a 12.30 horas; de las cuatro cadenas regionales de mayor audiencia según datos del acumulado móvil del EGM vigente el día de la publicación de esta licitación.

• PRENSA DIGITAL

- Período: A lo largo del período de campaña.

- Formato: Roba Doble 300x600 o Billboard 980x250 (o tamaño similar). Home –IP Andalucía.

- Soportes: Versiones digitales de las cabeceras líderes en cada provincia, cabeceras líderes nativas digitales, además de otras cabeceras regionales en versiones digitales, grupos de cabeceras locales o provinciales y de prensa gratuita en sus versiones digitales. Los sites seleccionados serán soportes de prensa generalista.

El mínimo total será 12 cabeceras, seleccionadas de entre las 20 primeras en un Ranking Mixto de Visitantes Únicos y Total Visitas según el ranking de COMSCORE (Ind + 15 Zona Sur) o de otra empresa líder en medición del mundo digital, del mes previo a la publicación de esta licitación o, en su defecto, el último disponible el día de la publicación de la licitación.

El mínimo de impresiones de la campaña será de 5.000.000. Ninguna cabecera podrá tener más del 20% del número total de impresiones (1.000.000), ni menos del 5% (250.000).

No se admite la modalidad de compra programática.

• REDES SOCIALES

- Campaña en las principales Redes Sociales:

• Facebook

• Instagram

• Twitter

- Período: A lo largo del período de campaña.

- Estimaciones:

Redes Sociales	Impresiones
Facebook/Instagram	4-8M
Twitter	95-150M

- La Campaña debe incluir:

• Diseño y creación de Campaña SEM RRSS Ad´s.

• Diseño y configuración de campaña avanzada en las siguientes plataformas de Social Ads: Facebook, Twitter e Instagram.

• Apertura de campaña en diferentes redes.

• Adaptaciones gráficas necesarias.

- Seguimientos Campañas Facebook, Twitter e Instagram Ad´s:

• Gestión y optimización continua de campaña

• Informe de medición de resultados de las campañas en Facebook, Twitter e Instagram (impresiones, alcances, datos de rendimiento, análisis de los usuarios por segmentación, etc).

3.3.- Elaboración de Memoria Final:

La empresa adjudicataria deberá presentar, con fecha máxima de 31 días desde la fecha de finalización del período de campaña, memoria con los resultados de la campaña. Dicha memoria deberá presentarse en soporte digital (formato pdf), acompañada por los distintos ópticos de ejecución de cada uno de los medios. Asimismo, la empresa adjudicataria también deberá remitir a AGAPA justificantes de audios, pantallazos y evidencias gráficas georreferenciadas (en el caso de publicidad exterior) del desarrollo de la campaña.

4.- OTRAS CONSIDERACIONES

En la oferta económica presentada por las empresas licitadoras se entienden incluidos no sólo la planificación y compra de medios, creación del concepto, eslogan y estrategia creativa de la campaña (diseño de piezas y adaptaciones incluidas), sino también los gastos correspondientes a la producción, fijación y distribución así como los costes de personal, materiales, suministros, procedimientos y equipos que sean necesarios para el cumplimiento de la prestación contratada.

Previamente a la ejecución de la campaña, la empresa adjudicataria deberá presentar a AGAPA, la planificación de medios en el que se incluya el desglose presupuestario por cada medio y soporte.

La empresa adjudicataria, previa consulta y autorización de AGAPA, podrá adaptar su planificación en caso de que algunos de los soportes experimentara cambios que afectaran al impacto o si se produjera cualquier otra anomalía debidamente justificada. También, cualquier modificación en el plan de medios, debido a causas extraordinarias y/o ajenas a la empresa adjudicataria, deberá ser comunicado previamente y con la mayor brevedad a esta Agencia para la aprobación de la propuesta alternativa presentada por la empresa adjudicataria.

Durante la realización de los trabajos objeto del contrato, AGAPA podrá hacer cuantas sugerencias y propuestas de modificación se consideren necesarias para el buen desarrollo de la campaña siempre y cuando estos cambios no afecten a la oferta económica presentada por la empresa adjudicataria.

Una vez finalizada la relación entre la agencia adjudicataria y la Agencia de Gestión Agraria y Pesquera de Andalucía, se considerará a esta última la propietaria de los masters, artes finales, derechos intelectuales y explotación de la campaña a todos los efectos.

La empresa adjudicataria deberá hacer entrega a AGAPA cuando lo solicite o por defecto, a la finalización del contrato, de los artes finales y masters de todas las piezas creativas que desarrolle, así como de todos aquellos elementos y recursos utilizados en la creación de las mismas y necesarios para realizar modificaciones o adaptaciones a otros formatos y soportes.

La empresa adjudicataria deberá identificar los trabajos con logotipos institucionales de la Agencia de Gestión Agraria y Pesquera de Andalucía (AGAPA), de acuerdo con su imagen corporativa, además del logotipo del Fondo Europeo Marítimo y de Pesca (FEMP). Deberá cumplir con las disposiciones que, en materia de información y publicidad, establecen los artículos 32 y 33 del Reglamento (CE) nº 498/2007 de la Comisión de 26 de marzo por el que se establecen las disposiciones de aplicación del Reglamento (UE) nº 508/2014 del Parlamento Europeo y del Consejo de 15 de mayo de 2014 relativo al FEMP.

5.- FINANCIACIÓN

FONDOS EUROPEOS:

- Tipo de Fondo: FONDO EUROPEO MARÍTIMO Y DE PESCA (FEMP)

- Porcentaje de Cofinanciación: 75%

OTROS FONDOS: 25% Financiación Autónoma

Para cualquier aclaración o duda respecto a los contenidos del presente Pliego de Prescripciones Técnicas pueden contactar con:

Sonia Feria Domínguez, en el correo electrónico: sonia.feria@juntadeandalucia.es

LA SUBDIRECTORA TÉCNICA

Inmaculada Parrado Rivera

INMACULADA ENCARNACION PARRADO RIVERA		08/03/2021	PÁGINA 8 / 8
VERIFICACIÓN	NJyGw3gifCZTb93c46B46DuT3C5y0i	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

RAUL JIMENEZ JIMENEZ		17/03/2021	PÁGINA 8 / 8
VERIFICACIÓN	NJyGwtd05j8SlleE0GwW7Ls4Y48z50	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	