PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DE LA EMPRESA PÚBLICA PARA LA GESTIÓN DEL TURISMO Y DEL DEPORTE DE ANDALUCÍA, S.A. PARA LA CONTRATACIÓN DE LA PLANIFICACIÓN Y COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL DESTINO ALMERÍA A NIVEL NACIONAL. LICITACIÓN ELECTRÓNICA (SIREC).

Expediente: C101-06MR-0923-0076

Título: PLANIFICACIÓN Y COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL DESTINO ALMERÍA A NIVEL NACIONAL.

Código CPV: 79341000-6

1. OBJETO Y MEMORIA JUSTIFICATIVA.

El objeto del presente pliego es fijar las prescripciones técnicas para la contratación, por procedimiento abierto, de la prestación de servicios para la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A. (en adelante Turismo y Deporte de Andalucía) de agencia de publicidad, de conformidad con el art. 13 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, para la PLANIFICACIÓN Y COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL DESTINO ALMERIA A NIVEL NACIONAL, según lo siguiente:

Soportes exteriores:

- Lona Gran Formato situada en el centro de Madrid, C/ Alberto Aguilera, núm. 64

Este procedimiento se apoya en el establecimiento de vías de comunicación directas con el turista potencial a nivel nacional a través de la transmisión continua de información turística en medios de comunicación y la emisión de mensajes publicitarios alineados a los intereses turísticos que se quiere potenciar a lo largo del año.

Se persigue la desestacionalización del turismo fuera de los periodos vacacionales tradicionales de temporada alta, sin perjuicio de la realización de campañas de comunicación específicas con motivo de acontecimientos y eventos de transcendencia o reclamo turístico, segmentos o productos turísticos específicos.

También tiene importancia la comunicación a nivel internacional a fin de establecer un contacto continuo con el resto de potenciales turistas a la región durante todo el año.

Otros objetivos que se buscan con esta acción de comunicación son:

- Generar notoriedad de la marca turística Almería a través de los diferentes formatos publicitarios utilizados.
- Reforzar las campañas de comunicación genéricas y de temporada llevadas a cabo a lo largo del año.
- Trasladar de manera permanente propuestas y novedades turísticas dirigidas al público potencial de campaña.

2.- CONTENIDO.

2.1.- Ámbito y Público destinatario:

Las acciones de comunicación se desarrollarán, con carácter general, en el ámbito de Madrid centro.

El público objetivo destinatario será el correspondiente a ciudadanos y visitantes de Madrid.

2.2.- Objetivos y mensajes:

Los objetivos y mensajes básicos de cada campaña serán determinados en cada caso concreto por Turismo y Deporte de Andalucía.

2.3.- Periodo de campaña: Del 1 al 30 de noviembre de 2023.

La empresa adjudicataria recibirá con antelación suficiente los calendarios que se establezcan para llevar a cabo las acciones de comunicación previstas.

3.-TRABAJOS A REALIZAR.

3.1.- Planificación, reserva y compra de espacios publicitarios (Soportes exteriores).

3.2.- Mediación y cursado a los distintos soportes de las acciones de comunicación que se vayan a realizar.

3.3.- Ejecución de los planes de medios y seguimiento de las acciones de comunicación a través de informes de activación, y post-acción en los que se analicen los resultados, así como la audiencia y cobertura alcanzada, pudiendo solicitar por parte del responsable del contrato información de seguimiento durante el desarrollo de las acciones.

3.4.- Distribución de las piezas que conformen la acción de comunicación, en aquellos casos en que se requiera.

4.- PARÁMETROS BÁSICOS DE PLANIFICACIÓN.

Para alcanzar la máxima eficacia, la empresa adjudicataria deberá atenerse a criterios técnicos en lo relativo a la planificación de medios y soportes de comunicación, de acuerdo con el público objetivo y táctica de medios, dentro de las limitaciones económicas fijadas.

- Lona Gran Formato situada en el centro de Madrid, C/ Alberto Aguilera, núm. 64

- La planificación se desarrollará cumpliendo estrictamente las condiciones de la oferta económica presentada (Descuento sobre soporte).

- En caso de inserciones en formatos excepcionales para las que no se haya solicitado oferta y que Turismo y Deporte de Andalucía considere de interés, la agencia aportará con carácter previo a la acción un presupuesto que la Turismo y Deporte de Andalucía deberá aprobar.

- En el medio EXTERIOR, Turismo y Deporte de Andalucía podrá planificar sus campañas en todos los formatos descritos en los criterios de valoración.

5.- CONDICIONES GENERALES.

5.1.- En su debido momento, por Turismo y Deporte de Andalucía se facilitará a la empresa adjudicataria una copia original de cada pieza creativa para la difusión en los medios, debiendo realizar ésta las copias necesarias, en su caso.

5.2.- En la acción de comunicación, el adjudicatario deberá elaborar el correspondiente plan de medios en función del presupuesto máximo que se le indique y de los objetivos de comunicación.

La empresa licitadora deberá presentar la propuesta de planificación detallada, con especificación de la comisión de cursado, con tarifas oficiales y descuentos (%), con calendario u óptico de campaña por soporte.

Previo y durante la realización de los trabajos objeto de la presente contratación, el responsable del contrato podrá efectuar cuantas sugerencias y propuestas de modificación se consideren necesarias sobre la planificación de medios propuesta, cuando así lo requieran las necesidades de la campaña para su buen funcionamiento.

5.3.- La empresa adjudicataria, en el caso de que algún soporte efectuara cambios que afectaran a su audiencia o ante cualquier otra incidencia debidamente justificada, deberán adaptar la planificación propuesta, previo informe y consulta a Turismo y Deporte de Andalucía.

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

La empresa adjudicataria se obliga a asumir el 100% de costes sobrevenidos no imputables a las partes.

5.4.- Al inicio de la acción de comunicación, el adjudicatario remitirá al responsable del contrato un informe de activación de la misma, enviándose una muestra significativa de capturas/fotografías de la campaña en los soportes planificados.

Finalizada la acción de comunicación, el adjudicatario deberá remitir un informe de ejecución evaluando su rentabilidad de forma que permita estructurar adecuadamente la futura compra de espacios.

Se remitirán, entre otras, las siguientes métricas (cuando sean aplicables) por medio para el global de la campaña: GRPs, Cobertura, OTS.

Las mediciones recogidas en el informe de evaluación de resultados de la acción serán las aportadas por la herramienta de medición oficial en el caso exterior.

5.5.- La puesta en marcha de las campañas se realizará en el plazo máximo de 96 horas desde la aprobación del plan de medios por el responsable del contrato. Se entiende por puesta en marcha de campañas frente a una demanda, el envío de órdenes de compra a los soportes, y el envío a Turismo y Deporte de Andalucía del informe de activación.

5.6. La empresa adjudicataria deberá 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).

La empresa adjudicataria deberá remitir, a solicitud del responsable del contrato, informes de medición y resultados de audiencia a partir de los datos de las diferentes fuentes oficiales para cada soporte. Estos informes de audiencia deberán contemplar los medios, periodos, territorios u otras variables que determine en cada caso el responsable del contrato.

5.7.- Dentro de las funciones de dirección, coordinación y seguimiento de los trabajos objeto del contrato, por parte del responsable del contrato se podrán hacer cuantas sugerencias y modificaciones se consideren necesarias 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.

5.8.- La empresa adjudicataria deberá 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 Turismo y Deporte de Andalucía.

5.9.- La empresa adjudicataria deberá mantener reuniones con la persona responsable del contrato con una periodicidad mínima mensual y, en todo caso, cuando así se requiera por dicha persona.

5.10.- La empresa adjudicataria deberán designar una persona Jefa/e de Equipo como interlocutor principal.

5.11.- La empresa adjudicataria 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 adjudicataria 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.

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 Turismo y Deporte de Andalucía 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.

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 Turismo y Deporte de Andalucía derivadas de la ejecución del contrato.

Málaga, 25 de septiembre de 2023