

RESPUESTA A CONSULTA FORMULADA SOBRE LICITACIÓN DEL CONTRATO DE SERVICIOS DENOMINADO “DESARROLLO DE LAS ARTES CREATIVAS DE LAS CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL QUE RESULTA NECESARIO REALIZAR CON MOTIVO DE LA CELEBRACIÓN DE LAS ELECCIONES AL PARLAMENTO DE ANDALUCÍA EN 2026” (CONTR 2025/519642)

En relación con dicho expediente, se ha recibido consulta formulada por entidad interesada en la citada licitación, por lo que de conformidad con lo establecido en el artículo 138.3 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, se procede a publicar dicha consulta así como la respuesta dada por el Servicio Proponente, en términos que garanticen la igualdad y concurrencia del procedimiento de licitación.

CONSULTA:

“Buenas tardes, nos ponemos en contacto con ustedes para poner en conocimiento una duda que nos ha surgido analizando los pliegos de la licitación que citamos en el asunto, ¿podrían decir exactamente los entregables que hay que aportar en la oferta técnica? Ya que lo reflejan en el PPT un poco de manera general pero necesitamos saber lo que hay que entregar exactamente”

RESPUESTA:

La documentación técnica es la siguiente y que viene establecida en el PCAP, Anexo I punto 8:

La documentación técnica a presentar por las empresas licitadoras, debidamente enumerada y ofertada, consistirá en dossier con documentación relativa a la campaña, que reflejará el contenido, diseño, realización y desarrollo de las artes creativas para las diferentes campañas que se contienen en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

Con este fin, deberán especificar o desarrollar los siguientes aspectos:

1.- Índice enunciando numéricamente la documentación contenida en este sobre.

2.- Descripción de cada una de las campañas, haciendo especial referencia a:

- Claridad del mensaje.
- Identificación precisa con el objetivo de la campaña.
- Impacto, notoriedad como fuente informadora y originalidad de la propuesta creativa. Justificación del enfoque creativo.
- Accesibilidad y diseño conforme al Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía. Globalidad e integración del proyecto.
- Recursos empleados y sistemas de trabajo propuesto con fases claras: ideación, desarrollo, revisión y entrega. Cronograma de desarrollo de la campaña.
- Coordinación con la Consejería de Sanidad, Presidencia y Emergencias entre las diferentes campañas objeto del contrato. Se indicará una propuesta de reuniones periódicas y sucesivas para informar del avance de la campaña de información. Así mismo, se especificará el equipo profesional que se ocupará de la campaña, significando las funciones desempeñadas por cada uno, su coordinación y metodología.





3.- Modelo de la propuesta creativa ofertada para cada una de las campañas que contenga ejemplo de SPOT para la TV y de CUÑA de RADIO. En todo caso, estos modelos deberán presentarse obligatoriamente en un formato o almacenamiento compatible o análogo con la oferta electrónica.

En este punto y de acuerdo con el epígrafe 4 del PPT, las empresas licitadoras deberán presentar mediante diseños, bocetos u originales- las ideas creativas para cada medio. Además de las propuestas gráficas y visuales, se aportarán los scripts o guiones (tanto de texto como técnicos), así como la elección del fondo o fondos musicales.

NOTA: En este sobre nº2 no podrá figurar ninguna documentación o referencia relativa al precio, pues eso supondría el conocimiento de la oferta antes de su apertura pública y la invalidez, por tanto, de la misma.