

EXP 012/COM/2026

Contratación del servicio para la planificación de medios, ejecución de los planes de medios y compra de espacios en soportes publicitarios para acciones de comunicación institucional de la sociedad Parque Científico y Tecnológico Cartuja, S. A., mediante procedimiento abierto simplificado

Pliego de Prescripciones Técnicas

Sevilla, a fecha de la firma electrónica

Sevilla TechPark
Pabellón de la Unión Europea
C/ Isaac Newton, s/n
41092 Sevilla

+ 34 671 59 28 43
pctcartuja@pctcartuja.es
www.sevillatechpark.es

Pliego de Prescripciones Técnicas Particulares.

EXP 012/COM/2026

Contratación del servicio para la planificación de medios, ejecución de los planes de medios y compra de espacios en soportes publicitarios para acciones de comunicación institucional de la sociedad Parque Científico y Tecnológico Cartuja, S. A., mediante procedimiento abierto simplificado.

O. ÍNDICE

1. DEFINICIÓN DEL OBJETO DEL CONTRATO
2. ALCANCE DE LA CONTRATACIÓN
3. PLANIFICACIÓN DEL SERVICIO
4. CONTROL DEL SERVICIO
5. PRESTACIÓN DEL SERVICIO
 5. 1. Estructura organizativa del servicio
 5. 2. Horarios y lugar de prestación del servicio
6. OBLIGACIONES GENERALES DEL CONTRATISTA
 6. 1. Continuidad del servicio
 6. 2. Otras obligaciones específicas del contratista

El presente pliego ha sido aprobado por el director general de “Parque Científico y Tecnológico Cartuja, S.A”, actuando por delegación, en su condición de órgano de contratación de la sociedad.

Sevilla, a fecha de la firma electrónica
“PARQUE CIENTÍFICO Y TECNOLÓGICO CARTUJA, S. A.”

Fdo. D. Luis Pérez Díaz.
Director general de PCT Cartuja, S. A.

1.- DEFINICIÓN DEL OBJETO DEL CONTRATO

El objeto de la contratación es la planificación estratégica y compra de espacios publicitarios en los diferentes soportes de los medios de comunicación de prensa (tanto impresa como digital), radio y televisión, en soportes de publicidad exterior y cine, así como en redes sociales. También es objeto de la contratación la ejecución y seguimiento de las acciones de comunicación institucional y de las campañas informativas de la sociedad Parque Científico y Tecnológico Cartuja, S. A., gestora de Sevilla TechPark.

El código CPV del contrato es el 79341000-6 (Servicios de publicidad).

Dada la evolución de los medios de comunicación hacia la integración de diversos soportes publicitarios (páginas web, emisoras de radiodifusión, podcasts, canales de televisión, contenidos audiovisuales incrustados en páginas webs, plataformas de contenidos audiovisuales a la carta, etc.) se ha optado por agrupar en un primer lote (Lote 1) a todos los soportes de los diferentes de medios de comunicación (prensa, radio y televisión). Por otro lado, se agrupan en un segundo lote (Lote 2) los soportes de exterior y cine; y en un tercer lote (Lote 3), las redes sociales.

2.- CONTENIDO

2.1.- Ámbito y Público destinatario:

Las campañas y acciones de comunicación institucional de Sevilla TechPark se desarrollarán, con carácter general, en el ámbito de la provincia de Sevilla, sin perjuicio de que, en función del contenido de las mismas y de sus objetivos de comunicación, pueda establecerse un ámbito regional o nacional a determinadas acciones de comunicación.

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 contratistas 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 para 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 la Dirección de Comunicación y RRIL de la sociedad Parque Científico y Tecnológico Cartuja, S. A., gestora de Sevilla TechPark, el parque científico y tecnológico de Sevilla.

2.3.- Periodo de campaña:

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

3.- TRABAJOS A REALIZAR

De cada uno de los lotes, se requiere:

- Planificación estratégica, reserva y compra de espacios publicitarios.
- Mediación y cursado a los distintos soportes de las acciones de comunicación que se vayan a realizar.
- Ejecución de los planes de medios y seguimiento de las acciones de comunicación a través de informes de activación, de seguimiento y post-acción, en los que se analicen los resultados, así como la audiencia y cobertura alcanzada.
- Configuración y lanzamiento de campañas transversales en el medio. Optimización y seguimiento de las campañas in situ. En un universo de comunicación tendente a la inmediatez y a la respuesta rápida a situaciones de comunicación, una respuesta rápida a brief y a implementación de compra de espacios se antoja vital para un mejor servicio.
- 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.
- Adaptación y 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, las empresas contratistas deberán atenerse a criterios técnicos en lo relativo a la planificación de medios de comunicación y soportes publicitarios, de acuerdo con los objetivos y grupos de población destinatarios de la acción, el carácter territorial y la difusión de cada medio, dentro de las limitaciones económicas fijadas.

4 .1.- Lote 1. Soportes publicitarios de medios de comunicación. Prensa digital, radio y televisión

La planificación se desarrollará cumpliendo estrictamente las condiciones de la oferta económica presentada por cada contratista, porcentaje de descuento sobre la tarifa oficial publicada para cada soporte publicitario de los diferentes medios de comunicación audiovisuales.

En los supuestos excepcionales de soportes o formatos en los que no exista tarifa oficial publicada de referencia, la empresa contratista aportará con carácter previo una propuesta que la sociedad Parque Científico y Tecnológico Cartuja, S. A., deberá aprobar. La empresa contratista justificará la imposibilidad de establecer un precio de tarifa, especificará el formato realizado y desglosará los

costes en sus distintas partidas. Para justificar la imposibilidad de aplicar a una acción un precio de tarifa, la empresa contratista aportará un certificado del soporte, firmado y sellado, donde figure la acción, el coste negociado y donde se exprese que no es asimilable a ninguna tarifa oficial. Cuando la acción sea asimilable a una tarifa oficial publicada, se aplicará el descuento general ofertado para el medio o soporte.

En prensa digital no se admitirá la modalidad de compra programática.

En televisión, la sociedad Parque Científico y Tecnológico Cartuja, S. A. (gestora de Sevilla TechPark) podrá planificar sus campañas durante la ejecución del contrato tanto en soportes líderes, como en soportes fuera del registro de Kantar Media, buscando una mayor penetración local de las campañas.

Se valorarán en la presente licitación, tal y como se indica en el Anexo I del PCAP, la eficacia, eficiencia y adecuación al panorama actual de medios, una serie de actuaciones de la empresa contratista en los siguientes términos:

- a. El compromiso de consecución de un CTR medio mayor o igual al 0,1% en las campañas de prensa digital (si a ello se ha comprometido la empresa contratista en su oferta).
- b. El compromiso de alcanzar en campañas en el medio radio una cobertura mínima regional del 32% en soportes de radio-fórmula musical y de un 20% en radio convencional (si a ello se ha comprometido la empresa contratista en su oferta).
- c. La creación de un CUADRO DE MANDOS donde mediante tablas dinámicas y cuadros resumen pueda ofrecerse en tiempo real datos de inversión publicitaria por campañas, medios o soportes (si a ello se ha comprometido la empresa contratista en su oferta).

4. 2.- Lote 2. Soportes publicitarios de medios de comunicación. Exterior y cine

La planificación se desarrollará cumpliendo estrictamente las condiciones de la oferta económica presentada (Coste neto/unidad) en cada soporte.

En los supuestos excepcionales de soportes o formatos en los que no exista tarifa oficial publicada de referencia, la empresa contratista aportará con carácter previo una propuesta que Sevilla TechPark deberá aprobar. Sevilla TechPark podrá participar en el proceso de negociación. La empresa contratista justificará la imposibilidad de establecer un precio de tarifa, especificará el formato realizado y desglosará los costes en sus distintas partidas.

Para justificar la imposibilidad de aplicar a una acción un precio de tarifa, la empresa contratista aportará un certificado del soporte, firmado y sellado, donde figure la acción, el coste negociado y donde se exprese que no es asimilable a ninguna tarifa oficial.

Cuando la acción sea asimilable a una tarifa oficial publicada, se aplicará el descuento general ofertado para el medio o soporte.

En el medio EXTERIOR, Sevilla TechPark podrá planificar sus campañas en todos los formatos descritos en los criterios de valoración (mupis, vallas, autobuses y tranvías urbanos) u optimizar la

inversión planificando solo alguno de ellos. La empresa adjudicataria en esos casos deberá observar las siguientes consideraciones:

- En el caso de mupis y vallas se deberá garantizar presencia en municipios de más de 500.000 habitantes y sus áreas metropolitanas con al menos un 40% del total de la inversión total en este formato. Se entenderán como mupis los formatos estandarizados de 1,76 x 1,20 m. que pueden encontrarse situados en paradas de autobuses urbanos e interurbanos, exentos en la vía pública, estaciones de tren o de metro, aeropuertos, grandes superficies o cualquier otro emplazamiento.
- En el caso de autobuses urbanos, se deberá garantizar presencia en municipios de más de 500.000 habitantes y sus áreas metropolitanas con al menos un 40% del total de la inversión total en este formato. En autobuses interurbanos y tranvía, la agencia aportará con carácter previo a la acción un presupuesto desglosado por líneas y cobertura geográfica que la DGCS deberá aprobar.

4. 3.- Lote 3. Soportes publicitarios de redes sociales

La planificación se desarrollará cumpliendo estrictamente las condiciones de la oferta económica presentada (CPM, CPC, CPV, según corresponda) en cada soporte.

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 público al que se dirija la acción de comunicación.

Las Agencias deberán comprar las campañas en redes sociales en un formato de transparencia, Sevilla TechPark tendrá en todo momento libre acceso a las plataformas y business centers de Meta, Google, Twitter, etc. para verificar la base de coste sobre la que se está aplicando la comisión. Se facilitará por tanto, mediante url de destino, acceso digital a todas las plataformas.

5. CONDICIONES GENERALES

5. 1.- En su debido momento, Sevilla TechPark facilitará a la Empresa adjudicataria una copia original de cada pieza creativa para la difusión en medios, debiendo realizar ésta las adaptaciones y copias de emisión en caso de ser necesario.

5. 2.- En cada acción de comunicación, la empresa contratista deberá presentar una propuesta de planificación, con un informe técnico de justificación de la planificación de la campaña en los distintos medios atendiendo a criterios cuantitativos y/o cualitativos. Deberá cristalizar en el correspondiente plan de medios, en función del presupuesto máximo que se le indique, de los objetivos de comunicación y del público objetivo establecidos por Sevilla TechPark. Propondrá los soportes y su presupuesto, una vez analizadas las audiencias y su adecuación a la acción de

comunicación institucional a realizar, su penetración y rentabilidad, con el objetivo de optimizar la inversión publicitaria. La empresa adjudicataria deberá presentar la propuesta de planificación detallada, las tarifas oficiales aplicadas, los descuentos sobre las mismas obtenidos (%) y el coste unitario neto que se aplique por soporte y calendario u óptico de campaña por medio y soportes, debiendo estar evaluada en términos de cobertura, frecuencia, coste por impacto y GRPS para cada uno de los soportes, así como para la acción en su conjunto, con respecto al/os público/s objetivo/s.

Tanto de forma previa, como durante la realización de los trabajos objeto de la presente contratación, la persona designada como responsable del contrato por parte de Sevilla TechPark 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.- Las empresas contratistas, en el caso de que algún soporte efectuara cambios que afectarán a su audiencia o ante cualquier otra incidencia debidamente justificada, deberán adaptar la planificación propuesta, previo informe y consulta a Sevilla TechPark. De forma general, cualquier cambio en la planificación, debido a causas extraordinarias y ajenas a la empresa adjudicataria, deberá ser comunicado previamente al responsable del contrato por parte de Sevilla TechPark, a la mayor brevedad posible, para la aprobación de la propuesta alternativa presentada por la misma.

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

5. 4.- Al inicio de la campaña publicitaria o acción de comunicación, la empresa contratista remitirá la persona designada como responsable del contrato un informe técnico de activación de la misma:

- Para los soportes de prensa del lote 1, así como para los soportes del lote 2 y del lote 3, se enviará una muestra significativa de capturas/fotografías de la campaña en los soportes planificados.
- Para los soportes audiovisuales del lote 1 se enviará una comunicación al responsable del contrato con el estado del arranque de cada campaña.

Finalizada cada campaña o acción de comunicación, independientemente del lote del que se trate, la empresa contratista deberá remitir dentro de los 40 días naturales siguientes al de la última inserción, un informe de ejecución con los diferentes comprobantes de ejecución y la evaluación de su rentabilidad; de forma que permita estructurar adecuadamente la futura compra de espacios. Se remitirán, entre otras, las siguientes métricas (cuando sean aplicables según lote y medio) por medio y para el global de la campaña: Total de impresiones, CTR, CPM, GRPs, Cobertura, OTS.

Además, se requiere según corresponda:

- Para campañas desarrolladas en soportes digitales del LOTE 1, las mediciones recogidas en el informe de evaluación de resultados de cada campaña serán las aportadas por

certificados sellados por los diferentes soportes planificados, o AdServer contratado a tal efecto. Además, en caso de campañas así solicitadas, si es que el contratista ofertó esta mejora, se acreditará el servicio de al menos un 45% de viewability de las impresiones planificadas. Dicho porcentaje se acreditará mediante reporte del adserver. Este reporte será certificado por el medio mediante firma y sello.

- Para campañas desarrolladas en soportes audiovisuales del LOTE 1, para la evaluación de la ejecución, se usarán las siguientes herramientas o equivalentes según cada soporte y medio:

*Radio: Tom Micro y Galileo;

*TV: Kantar Media.

Deberán presentarse los “pantallazos” de esas herramientas, no solo con resultados totales, sino también con la planificación desarrollada. En la evaluación de radio, para cada inserción se empleará el dato de audiencia probabilizada de la hora concreta de emisión planificada.

Asimismo, en cuanto a los soportes del medio Radio, deberá aportarse por parte de la empresa una Declaración responsable relativa a la correcta ejecución de todas las inserciones publicitarias en dicho medio, tanto en lo relativo al número total de las mismas como a su distribución entre los distintos soportes, fechas, programas y franjas horarias, conforme al Informe de ejecución de cada campaña.

Para campañas desarrolladas en LOTE 2, medio Cine, los impactos contratados durante la ejecución del contrato deben poder cotejarse mediante la presentación de partes de taquilla por parte de los exclusivistas, que deberán facilitarse al responsable del contrato.

5.5.- Las empresas contratistas deberán remitir semanalmente, o cuando se les 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).

5.6.- Las empresas contratistas, durante la vigencia del contrato, deberán contar con herramientas puestas a disposición de la Junta de Andalucía para poder medir y operar de forma óptima en medios. Dichas herramientas, según lote, serán específicas en:

- Lote 1:
 - o Análisis de audiencias online (GFK, etc.)
 - o Análisis de audiencias offline (prensa y radio). – (EGM, OJD etc.)
 - o Análisis de audiencias en televisión. (Kantar Media, etc.)
 - o Estudios de inversión publicitaria. (Infoadex, etc)
 - o Estudios de notoriedad de marca. (IOPE, AIMC Marcas, Nielsen, etc)
- Lote 2:
 - o Análisis de audiencias en exterior y cine (GEOMEX, etc.)
 - o Estudios de inversión publicitaria. (Infoadex, etc)

- o Estudios de notoriedad de marca. (IOPE, AIMC Marcas, Nielsen, etc)

Durante la vigencia del contrato, la empresa deberá contar con la documentación que acredite la suscripción o compra de dichas herramientas y el periodo contratado. Se tendrán en cuenta las herramientas de mercado y se analizarán otras posibles herramientas siempre que lo pueda argumentar la empresa por tratarse de desarrollos propios o de combinaciones de herramientas de mercado. La acreditación o compra de dichas suscripciones se realizará adjuntando las correspondientes facturas.

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 realizar 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 de la empresa contratista.

5.8.- En relación con todas las campañas o acciones puntuales de comunicación institucional en radio y televisión que se ejecuten por orden de la sociedad Parque Científico y Tecnológico Cartuja. S. A., la empresa adjudicataria deberá verificar que los soportes donde se comprenden espacios para insertar la publicidad institucional cuentan con la preceptiva autorización administrativa para prestar el servicio de comunicación audiovisual de que se trate, ya sea licencia o concesión administrativa otorgada por el órgano competente (autonómico o nacional), vigente en el plazo de ejecución de dichas campañas. A tal efecto, se atenderá a la información recogida en los correspondientes registros de personas prestadoras de servicios de comunicación audiovisual, así como a la publicada por la DGCS en el siguiente enlace:

[Registro de personas prestadoras de servicios de comunicación audiovisual de la Comunidad Autónoma de Andalucía](#)

En ningún caso podrá imputarse responsabilidad alguna a la sociedad Parque Científico y Tecnológico Cartuja S. A. por la difusión de las campañas en soportes regionales, o en emisoras locales/comarcales de esos soportes, que no cuenten con el preceptivo título administrativo habilitante para prestar el servicio de comunicación audiovisual.

Asimismo, se recuerda que la Junta de Andalucía ha adoptado el compromiso de no insertar publicidad institucional en soportes que publiquen anuncios de contactos, compromiso que se hace extensivo a su sociedad instrumental Parque Científico y Tecnológico Cartuja, S. A.

5.9- El valor estimado del contrato será de 135.000 euros, y responde al importe máximo a ejecutarse, sin posibilidad de prórroga.

Importe total (IVA excluido): 135.000 €

Importe del IVA: 28.350,00 €

Importe total (IVA incluido): 163.350,00 €

El reparto del importe por lotes será el siguiente:

LOTE 1: 81.000,00 €

LOTE 2: 40.500,00 €

LOTE 3: 13.500,00 €

5.10.- El plazo de ejecución será **hasta el 31 de diciembre de 2026**, sin posibilidad de prórroga.

Dicho plazo de ejecución comenzará en la fecha de formalización del contrato de cada uno de los lotes.

5.11.- Las empresas contratadas tienen derecho al abono, en pagos parciales, por los servicios prestados. El pago de se realizará al contratista contra factura, a expedir de acuerdo con la normativa vigente, debidamente conformada por el responsable del contrato.

Dicho abono, en concepto de contraprestación por sus servicios, consistirá en el importe de la compra de los espacios publicitarios más la comisión de agencia ofertada.

Será necesario, para tramitar su pago, la aportación por parte de la empresa, junto con la factura, de una declaración responsable de ejecución de la totalidad de los trabajos facturados, del informe de evaluación de los resultados de la campaña descrito en el punto 5.4 de este pliego, de los justificantes de inserción y/o certificaciones de emisión o fijación correspondientes a tales trabajos, y de la Declaración responsable relativa a la correcta ejecución de todas las inserciones publicitarias en el medio Radio descrita en el citado punto 5.4 de este pliego y, en caso de que se le solicite por el responsable del contrato, de la certificación por el soporte de las tarifas oficiales en aquel momento. En caso de inserciones puntuales en soportes sin tarifa publicada, o en general para cualquier formato que esté fuera de tarifa, se exigirá a la agencia adjudicataria que aporte además certificado del soporte de que no existe esa tarifa.

La sociedad Parque Científico y Tecnológico Cartuja, S. A. podrá contrastar directamente con los soportes los datos recogidos en justificantes o certificados de emisión o fijación en orden a dar validez a los mismos.

5.12.- Las empresas contratistas 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 sociedad Parque Científico y Tecnológico Cartuja, S. A.

5.13.- Las empresas contratistas 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.

5.14.- Las empresas contratistas deberán designar una persona Jefa/e de Equipo como interlocutor principal.

5.15.- 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 Parque Científico y Tecnológico Cartuja, S. A. los poderes de verificación y control de la contrata establecidos en la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, 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 de la empresa contratista, 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 adjudicataria dispondrá de un local/oficina para la ejecución del contrato. 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.

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 del todo ajena a estas relaciones laborales y absteniéndose, en todo caso, de incidir en las mismas. Corresponde asimismo a cada 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.