# PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS ESPECIALIZADOS DE CREATIVIDAD, PARA CUBRIR UNA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD DIRIGIDA A PROMOVER LA DIGNIFICACIÓN DE LOS EMPLEADOS PÚBLICOS DE LA ADMINISTRACIÓN DE LA COMUNIDAD DE CASTILLA Y LEON Y DE PLANIFICACIÓN, EJECUCIÓN, SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN DEL RESULTADO DE LA CAMPAÑA.

## 1.- OBJETO, FINALIDAD Y TRABAJOS A REALIZAR.

La contratación de los servicios especializados de:

1. Desarrollo de un concepto creativo para cubrir una campaña de publicidad dirigida a promover aspectos la dignificación de los empleados públicos de la Administración de la Comunidad de Castilla y León, en concreto resaltando el trabajo, la dedicación, el compromiso así como su capacidad de aceptación y adaptación a los retos que demanda la sociedad de Castilla y León a la que sirven. Esta actuación incluirá la realización de una pieza básica de campaña en la que se materializará la creatividad y diseño específico de la acción.

   Se resaltará el trabajo de la totalidad de los sectores y ámbitos de prestación de servicios de la Administración de la Comunidad de Castilla y León como el del personal destinado en hospitales y centros de salud, personal de los centros docentes no universitarios y de las escuelas infantiles, personal que realiza campañas vialidad invernal o de extinción de incendios, personal de atención directa a usuarios en centros sociosanitarios, en bibliotecas, museos y archivos, en albergues y campamentos juveniles, oficinas de turismo, secciones agrarias comarcales, en oficinas de empleo, personal destinado en registros y puntos de información, personal de oficinas que gestionan los recursos personales y materiales de nuestra Administración, que tramita ayudas, prestaciones, impuestos, personal que realiza funciones de informe, fiscalización, pago o recaudación, funciones inspectoras, de asesoría jurídica y contabilidad, personal de mantenimiento, de servicios complementarios como ordenanzas, vigilantes, conductores y en general, aquellas cuyo desempeño, aun no teniendo un reflejo directo en el exterior, son condición necesaria para el optimo funcionamiento de aquellas otras en directa relación con los ciudadanos.

2. Planificación y ejecución de la campaña publicitaria, que comprenderá:

- Publicidad en prensa y radio:

*La oferta económica que se realice se basará en los siguientes medios:*

- Soportes gráficos: revistas, prensa y/o suplementos de prensa.
- Radio

*A fin de cumplir con los siguientes objetivos mínimos:*

- Ámbito: regional Castilla y León
- Un mínimo de tres oleadas regionales para los siguientes soportes: soportes gráficos y radio
- La agencia buscará conseguir la máxima cobertura en cada una de las oleadas.

*Para la oferta se tomarán como referencia los siguientes formatos:*

- Para el caso de radio: cuña 20".
- Para medios gráficos: página color.

3. Seguimiento y medición del resultado de la campaña.

## 2.- DESTINATARIOS

La campaña se dirigirá, con carácter general, a la población de la Comunidad Autónoma de Castilla y León, como destinataria de los servicios que prestan los empleados públicos de la Administración autonómica.

## 3.- OBLIGACIONES DEL ADJUDICATARIO:

### I.- En relación con la contratación del concepto creativo básico:

a) Diseñar y componer los anuncios ajustándose a las pautas que establezca la Consejería de Hacienda

b) Propuesta de claim y línea creativa a partir del Briefing. -Propuesta de varias líneas gráficas, si se solicita expresamente. -Redacción texto y trabajos de copy.

c) Se consideran incluidas la posible realización de fotografías, ilustraciones y alquiler de fotos para creatividades básicas.

d) Aportar el personal técnico; equipo y medios precisos para la buena ejecución del contrato. Todo el personal necesario para cumplir las obligaciones que se deriven del contrato tendrá el título facultativo o experiencia profesional adecuada a su cometido y dependerá exclusivamente de la empresa contratista.

e) Presentar las propuestas creativas explicando los criterios y posicionamiento de la campaña o acción, en relación con la estrategia marketing y comunicación indicada en el briefing.

f) La realización de cuantas propuestas, modificaciones o ajustes fueren necesarios para la adecuada adaptación de la creatividad a los objetivos de campaña.

g) El desarrollo gráfico de la creatividad deberá contener los elementos necesarios de identidad corporativa de la Junta de Castilla y León para, que sean identificados con la institución.

h) La adjudicataria comprobará que los artes finales realizados concuerdan con los originales aprobados por el órgano contratante, haciéndose responsable, en caso de error, del coste de los anuncios, audiovisuales, etc. o de su repetición, así como de la reimpresión de materiales gráficos (folletos, carteles, etc.) que hubiere que realizar para subsanar dicho error.

i) La Consejería de Hacienda establecerá el plazo para la realización del trabajo

j) La adjudicataria designará un único interlocutor encargado de coordinar las relaciones entre empresa y Consejería de Hacienda.

**II.- En relación con la planificación y ejecución, seguimiento y medición del resultado de la campaña**.

El adjudicatario, se responsabilizará, con carácter general, de:

a) La gestión y tramitación de la contratación de los espacios, obtención de permisos y demás requisitos administrativos y formales exigidos para la materialización de las acciones de promoción que se realicen, así como las exigidas por la legislación vigente.

b) Garantizar la correcta coordinación de las distintas disciplinas y medios contemplados en la oferta económica para lograr una planificación coste-efectiva.

c) Realización de un informe de medición del impacto y eficacia de todas las acciones que se desarrollen para cada una de las disciplinas y medios que están recogidos directa o indirectamente en este pliego.

De manera específica, el adjudicatario se responsabilizará en medios masivos/Colaboraciones especiales y puntuales de:

a) La emisión o inserción de los diferentes formatos publicitarios en los soportes y en las condiciones de fecha, hora, formato y precio aceptados previamente.

b) La medición de los resultados obtenidos en la colaboración de que se trate.

c) La medición del impacto, rentabilidad y eficacia de las acciones llevadas a cabo, de forma que en las planificaciones que se pidan, previas a la ejecución de cada una de las oleadas, se constate la siguiente información: Número de inserciones, pases, cuñas.

d) Una vez ejecutada cada una de las oleadas, se presentará un informe de resultados donde se contrastarán los parámetros previstos con los finalmente conseguidos.

e) En este sentido, la Consejería de Hacienda podrá solicitar cualquier otra información que considere oportuna, tanto para la planificación previa a cada oleada, como para la valoración de los resultados.

## III.- Cronograma de actuaciones y metodología de trabajo

- El adjudicatario deberá especificar, exhaustivamente, los diferentes elementos que componen la campaña: creatividad, divulgación, seguimiento, impacto y evaluación.

- Asimismo, el adjudicatario deberá elaborar presentación en Power Point con todos los detalles de la campaña, una vez adjudicada.

- Las empresas licitantes deberán tener en cuenta en la licitación el enfoque de género, utilizando un lenguaje no sexista.

En todo caso, las acciones de promoción se ejecutarán conforme al pliego y de acuerdo con las indicaciones dadas desde la Administración contratante, de modo que el objeto del contrato debe cumplirse a plena satisfacción de los intereses de esta última, y en cualquier caso a riesgo y ventura de la empresa adjudicataria, sin que pueda derivarse perjuicio alguno u obligación económica a cargo de la administración contratante.

## 4.- PROPIEDAD DE LOS TRABAJOS

Los originales del concepto creativo, confeccionados en el marco de este contrato pasarán a ser propiedad de la Consejería de Hacienda, que podrá utilizarlos en cuantas acciones desee, sin límite de tiempo (con el límite de los derechos de modelos fotos y música).

La empresa adjudicataria, una vez haya cumplido el objeto del contrato, deberá entregar a la Consejería de Hacienda, dos copias originales de todo el material creativo en los soportes y formatos que se especifican a continuación:

a) De las cuñas y microespacios de radio: CD (WAV estéreo 48 Khz) y CD audio track

b) De material gráfico: CD en formato Fh con textos trazados y en tiff ó pdf

## 5.- DEBER DE CONFIDENCIALIDAD

La empresa adjudicataria deberá mantener una total discreción y confidencialidad sobre la información relativa al desarrollo de los trabajos objeto del contrato así como sobre cualquier dato que pudiera conocer con ocasión del cumplimiento del mismo, especialmente los de carácter personal, que no podrá copiar ni utilizar con un fin distinto al previsto en este Pliego ni ceder a otros sin el consentimiento expreso y escrito, de la Consejería de Hacienda asumiendo las responsabilidades que se puedan derivar de su utilización sin autorización expresa de esta última.

En cualquier caso, el adjudicatario queda obligado al cumplimiento integro de la legislación aplicable en materia de protección de datos de carácter personal.

## 6.- PLAZO DE EJECUCION

El plazo de ejecución será de mes y medio.

## 7.- PRESUPUESTO

Se estima un gasto de DOSCIENTOS CUARENTA Y NUEVE MIL DOSCIENTOS SESENTA EUROS (249.260,00€) (IVA incluido), valor estimado de DOSCIENTOS SEIS MIL EUROS (206.000,00€), (IVA excluido), que será imputado a la aplicación presupuestaria 02.01.923C01.641.00.0 del Presupuesto 2014 de la Consejería de Hacienda.

La distribución del gasto se realizará de acuerdo con el siguiente porcentaje: 60% destinado a prensa y 40% a radio.

## 8.- COORDINACIÓN Y GESTIÓN

La Consejería de Hacienda será quién gestione y coordine este contrato. Siendo esta última quién tenga la capacidad de autorizar cualquier alteración de las condiciones en que se desarrollen los trabajos especificados en este pliego. Cualquier circunstancia imprevista, deberá ser comunicada y, en su caso, aprobada por esta entidad.

En cualquier momento puede ser requerida información relativa al estado, gestión y grado de ejecución de los trabajos encargados.

Valladolid, a 5 de agosto de 2014

EL JEFE DE SERVICIO DE COORDINACIÓN Y PREVENCION DE RIESGOS LABORALES

JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN - CONSEJERÍA DE HACIENDA - DIRECCIÓN GENERAL DE FUNCIÓN PÚBLICA - SERVICIO DE COORDINACIÓN Y PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

Fdo.: Rafael Ceña Callejo.