

**PLIEGO DE CONDICIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO PARA LA
ADJUDICACIÓN DE LA GESTIÓN DE LA PUBLICIDAD INSTITUCIONAL
DEL AYUNTAMIENTO DE TORREJÓN DE ARDOZ DURANTE 2022**

PRIMERA: OBJETO.- El objeto del contrato es la prestación del SERVICIO PARA LA GESTIÓN DE LA PUBLICIDAD INSTITUCIONAL DEL AYUNTAMIENTO DE TORREJÓN DE ARDOZ DURANTE 2022 EN DIFERENTES FORMATOS. El objeto del presente contrato de servicios está destinado a la gestión y adquisición de espacios publicitarios durante 2022 para la inserción de campañas informativas y de publicidad institucional del Ayuntamiento de Torrejón de Ardoz en diferentes formatos, como pueden ser anuncios convencionales o publirreportajes para cada uno de los eventos y campañas de información dependiente del Ayuntamiento de Torrejón de Ardoz, que a continuación se describen y en los medios de comunicación que se establecen en cláusulas posteriores.

**SEGUNDA: DESCRIPCIÓN DE LOS EVENTOS Y CAMPAÑAS INSTITUCIONALES
A PUBLICITAR DENTRO DEL CONTRATO:**

- Cabalgata de Reyes
- Día de la Tortilla
- Carnavales
- Semana Mujer
- Semana Juventud
- Semana Mayores
- Programación Teatro municipal
- Mes de las Letras
- Mayo Joven
- Día Bici
- Mercado de Época
- Fiestas Populares
- Aniversario Parque Europa
- Feria Tapa
- Realización de obras
- Puesta en marcha de servicios municipales
- Puesta en marcha de nuevas infraestructuras municipales
- Puesta en marcha de campañas institucionales
- Presupuestos Participativos
- Fiestas Patronales
- Halloween
- Eventos deportivos
- Navidad

No todos los eventos o campañas institucionales tienen la misma importancia, por lo que no se efectuará una distribución o reparto proporcional económico de la cada uno de los eventos y campañas institucionales. El Ayuntamiento establecerá unos porcentajes aproximados para su distribución, si bien estos podrán ser modificados en función de las necesidades por parte del Gabinete de Comunicación y Prensa del Ayuntamiento de Torrejón de Ardoz.

TERCERA. TIEMPO DEL SERVICIO

Las actividades se promocionarán a lo largo del año 2022 según las fechas de su celebración. El contrato será renovable para 2023 previo acuerdo de ambas partes.

CUARTA. DESCRIPCIÓN DE SERVICIO

Las diferentes acciones publicitarias se realizarán en los siguientes medios de comunicación:

Prensa escrita de ámbito local

Medios digitales y redes sociales de ámbito local y comarcal

Emisoras de radio de ámbito comarcal

Prensa escrita especializada en Ocio

Se establece unos porcentajes de distribución de las acciones publicitarias en función al tipo de medio de comunicación:

Prensa escrita de ámbito local: 35%

Medios digitales y redes sociales de ámbito local y comarcal: 53%

Emisoras de radio de ámbito comarcal: 8%

Prensa escrita especializada en Ocio: 4%.

Prensa escrita de ámbito local: Diario Gente edición Este, Soy de Torrejón y La Crónica del Henares, entre otros.

La distribución presupuestaria de esta partida se realizará atendiendo a los siguientes criterios:

1. Cobertura informativa de las noticias municipales, incluyendo las que el Ayuntamiento de Torrejón de Ardoz genera y colabora en su organización, así como así presencia del medio de comunicación en los diferentes eventos.
2. Número de ejemplares editados y método de distribución en la ciudad
3. Un único medio de comunicación adscrito a esta tipología no podrá percibir la contratación de más de 11.000 € (IVA inc.) anuales.
4. La cobertura mínima que cumplimentar por la empresa será de 26 páginas completas a color en los medios locales indicados.

Medios digitales y redes sociales de ámbito local y comarcal: Miracorredor, La Quincena, El Comarcal, Noticias para municipios, Diario de Torrejón, entre otros.

La distribución presupuestaria de esta partida se realizará atendiendo a los siguientes criterios:

1. Cobertura informativa de las noticias municipales, incluyendo las que el Ayuntamiento de Torrejón de Ardoz genera y colabora en su organización, así como así presencia del medio de comunicación en los diferentes eventos.
2. Audiencia justificada a través de Google Analytics para indicar número de visitas y seguidores
3. Difusión de las noticias a través de las diferentes redes sociales.
4. Un único medio de comunicación adscrito a esta tipología no podrá percibir la contratación de más de 23.000 € (IVA inc.) anuales.
5. La cobertura mínima que cumplimentar por la empresa será de 24 campañas informativas y publicitarias institucionales en los medios digitales y sus redes sociales indicadas.

Emisoras de radio de ámbito comarcal: Ser Henares, Onda Cero Alcalá, entre otras.

La distribución presupuestaria de esta partida se realizará atendiendo a los siguientes criterios

1. Cobertura informativa de las noticias municipales, incluyendo las que el Ayuntamiento de Torrejón de Ardoz genera y colabora en su organización, así como así presencia del medio de comunicación en los diferentes eventos.
2. Audiencia justificada (EGM).
3. Un único medio de comunicación adscrito a esta tipología no podrá percibir la contratación de más de 5.000 € (IVA inc.) anuales.
4. La cobertura mínima que cumplimentar por la empresa será de 6 campañas informativas institucionales semanales en los medios radiofónicos indicados.

Prensa escrita especializada en ocio:

La distribución presupuestaria de esta partida se realizará atendiendo a los siguientes criterios

1. Cobertura informativa de las noticias municipales, incluyendo las que el Ayuntamiento de Torrejón de Ardoz genera y colabora en su organización, así como así presencia del medio de comunicación en los diferentes eventos.
2. Audiencia justificada (EGM).
3. La cobertura mínima que cumplimentar por la empresa será de 2 campañas con presencia online y offline.

El Ayuntamiento decidirá qué inserciones y campañas informativas y publicitarias de los relatados en el pliego se realizarán a lo largo del año 2022, reservándose el derecho a decidir qué modelos se producirán en cada ocasión, pudiéndose repetir los que se estimen oportunos o no utilizando alguno de los modelos especificados.

QUINTA. SERVICIOS A PRESTAR POR LA EMPRESA ADJUDICATRIA

Su principal cometido será elaborar un plan de medios, supervisado por el Gabinete de Comunicación y Prensa del Ayuntamiento de Torrejón de Ardoz, que deberá responder a la siguiente distribución anual del contrato para cada uno de los eventos y campañas de comunicación:

Cabalgata de Reyes	7%
Día de la Tortilla	2%
Carnavales	3%
Semana Mujer	4%
Semana Juventud	4%
Semana Mayores	4%
Programación Teatro municipal	4%
Mes de las Letras	3%
Mayo Joven	3%
Día Bici	3%
Mercado de Época	4%
Fiestas Populares	7%
Aniversario Parque Europa	3%
Feria Tapa	3%
Realización de obras	7%
Puesta en marcha de servicios municipales	7%
Puesta en marcha de nuevas infraestructuras municipales	3%
Puesta en marcha de campañas institucionales	3%
Presupuestos participativos	3%
Fiestas Patronales	4%
Halloween	2%

Eventos deportivos	2%
Navidad	15%

La empresa adjudicataria planificará y contratará las inserciones publicitarias o publireportajes en los diferentes medios de comunicación adscritos a las diferentes categorías, siendo las siguientes características mínimas:

- Prensa escrita: una página completa a color en los medios locales y de ocio indicados.
- Medios digitales: 1 banner de cabecera semanal por evento. En el caso de publireportajes 4 piezas mensuales de carácter audiovisual y de un tiempo aproximado de 50 segundos. Las piezas serán difundidas a través de sus diferentes redes sociales.
- Emisoras de radio: 10 cuñas de una duración de 20-30 segundos por evento.

Asegurarse de que los medios de comunicación disponen de todo el material necesario en plazo, formatos y cualquier otra característica para poder llevar a cabo las acciones publicitarias.

Entregar un dossier mensual donde quedarán recogidas las acciones, justificantes de emisión que serán entregadas al Gabinete de Comunicación y Prensa para supervisar y hacer el seguimiento del presupuesto destinado en este contrato, así como de evaluación del impacto obtenido por el anuncio.

Al finalizar el año la empresa adjudicataria entregará al Gabinete de Comunicación y Prensa un informe resumen que analice la repercusión de la campaña realizada, no más tarde de los 30 días posteriores a la última inserción publicitaria prevista en el contrato.

SEXTA. OBLIGACIONES DE LA EMPRESA ADJUDICATARIA

La empresa adjudicataria será la responsable de la calidad técnica de los servicios a desarrollar por el presente contrato, así como las consecuencias que se deduzcan para la administración o para terceros de las omisiones, errores, métodos inadecuados o conclusiones incorrectas en la ejecución del contrato.

La empresa adjudicataria deberá presentar la planificación prevista completa, debiendo ser aprobada en su integridad y contemplando posibles modificaciones que podrá realizar el Gabinete de Comunicación y Prensa. Una vez aprobada se procederá a la adquisición de los espacios publicitarios o publireportajes.

Para las inserciones en prensa y medios digitales, el archivo digital será entregado por el Gabinete de Comunicación y Prensa. Respecto a los publireportajes en medios digitales que tengan un carácter audiovisual, estos serán producidos por la empresa adjudicataria, previa supervisión y visto bueno del Gabinete de Comunicación y Prensa. La producción de las cuñas radiofónicas (sintonía, locución y grabación) correrá a cargo de la empresa adjudicataria. Si se derivasen pagos de derechos de autor por la música elegida para las cuñas radiofónicas u otras piezas, correrá a cargo de la empresa adjudicataria, eximiendo al Ayuntamiento de Torrejón de Ardoz de cualquier eventualidad que pueda producirse con las autorías.

El Gabinete de Comunicación y Prensa del Ayuntamiento de Torrejón de Ardoz supervisará la producción de todos los anuncios en sus diferentes formatos y deberá dar el visto bueno a los mismos, no pudiendo ser objeto de publicación o inserción en caso de no haber dado el mismo.

La empresa adjudicataria adquiere el compromiso de pago a los medios de comunicación que contemplen finalmente la campaña un periodo que no excederá de los 30 días tras las inserciones publicitarias previstas en cada uno de ellos. Asimismo, no cobrará importe alguno en concepto de comisión a los medios que provean de los espacios publicitarios.

La empresa adjudicataria nombrará a un interlocutor válido que estará en permanente contacto con la persona responsable municipal de ente contrato que se designe.

Penalizaciones:

Leve: se considerará falta leve aquellos pequeños errores tipográficos o multimedia que puedan realizarse en la reproducción de los contenidos publicitarios en los diferentes soportes, tanto escritos como audiovisuales. También se considerarán leves las demoras de menos de 24 horas del plazo fijado en la emisión de las contrataciones publicitarias. Tendrán esta consideración si el pago a los medios de comunicación supera el plazo fijado de 30 días y no supera los 40 días. La acumulación de 10 faltas leves supondría la consideración de falta grave y su penalización. Cada falta leve supondrá una reducción del 3% en el precio fijado para la publicidad afectada.

Grave: tendrá consideración de falta grave cuando haya errores tipográficos o multimedia que distorsionen el mensaje que se transmiten a través del contenido reproducción de los contenidos publicitarios en los diferentes soportes, tanto escritos como audiovisuales. También se considerarán graves las demoras entre 24 y 72 horas del plazo fijado en la emisión de las contrataciones publicitarias. Tendrán esta consideración si el pago a los medios de comunicación supera el plazo fijado de 30 días y no supera los 60 días. La acumulación de 5 faltas leves supondría la consideración de falta muy grave y su penalización. Cada falta grave supondrá no abonar la comisión de gestión fijada por la empresa en cada contratación afectada por esta falta.

Muy grave: será falta muy grave cuando se publiquen contenidos sin el visto bueno del Departamento de Comunicación o se incumpla las modificaciones realizadas por este a la planificación propuesta por la empresa licitadora. Cuando el mensaje aparezca claramente distorsionado o impida su lectura o visualización. También se considerarán muy graves las demoras superiores a 72 horas del plazo fijado en la emisión de las contrataciones publicitarias. Tendrán esta consideración si el pago a los medios de comunicación supera el plazo fijado de 60 días. Cada falta muy grave supondrá que no se efectuará el pago de la contratación publicitaria afectada. La consecución de 5 faltas muy graves conllevará la suspensión del contrato.

SÉPTIMA. VALOR DEL CONTRATO

Valor total máximo del contrato: 71.000 euros IVA incluido.

La empresa adjudicataria se asignará un porcentaje de gestión que se situará entre el 7% al 10% sobre la oferta total presentada y que será incluido en el precio total de licitación.

OCTAVA. CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN

Cráterios mediante la aplicación de fórmula:

1. **PRECIO: Hasta 50 puntos.** En la oferta económica se especificará la cobertura mínima establecida en cada una de las modalidades (prensa escrita, digital, etc) y cuál es el porcentaje de gestión. Se valorará con 50 puntos la oferta económica más ventajosa, y el resto proporcionalmente conforme a la siguiente fórmula:

$$POi = \text{MaxP} \times \frac{MO}{Oi}$$

POi= Puntos oferta i

MaxP= Máximo de puntos

Oi= Oferta i, en valores absolutos

MO= Mejor oferta, en valores absolutos

2. **MEJORAS: Hasta 25 puntos.** Se entenderán como mejoras aquellas propuestas que complementen las campañas a realizar y que no supongan coste alguno para el Ayuntamiento:
 - Realización de 3 campañas promocionales municipales con publicidad en redes sociales durante una semana antes del evento con un coste total de 450€......15 puntos
 - Realización de 3 campañas promocionales municipales con publicidad en redes sociales durante una semana antes del evento con un coste total de 300€......10 puntos
 - Realización de una inserción de algún tipo (escrita, digital o radiofónica) de un evento en un medio nacional o regional10 puntos

Cráterios mediante valoración:

1. **PLAN DE MEDIOS: Hasta 25 puntos.** En este apartado se valorará los recursos humanos y materiales destinados a poner en marcha el plan de medios que se proponga.

En dicho plan se especificará la distribución del presupuesto publicitario propuesto en la licitación atendiendo las especificaciones contenidas en el pliego del presente contrato, con el objetivo de buscar siempre la mayor difusión posible de cada evento. Para ello se basará en los criterios de audiencia de cada medio de comunicación propuesto y que medio en función a su audiencia es el más adecuado para difundir los mensajes institucionales.

En Torrejón de Ardoz.

Documento firmado electrónicamente
con código seguro de verificación (CSV)

Ver fecha y firma al margen.