

PLIEGO DE CONDICIONES



ACUERDO MARCO PUBLICIDAD INSTITUCIONAL

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE PUBLICIDAD ORDINARIA EN MEDIOS IMPRESOS, RADIOFÓNICOS Y DIGITALES EN EL MARCO DE LA PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN INSTITUCIONAL DEL AYUNTAMIENTO DE ALCALÁ Y EL ENTE PÚBLICO EMPRESARIAL ALCALÁ DESARROLLO EN EL ENTORNO DE LA DIFUSIÓN LOCAL, COMARCAL Y REGIONAL

El Ayuntamiento de Alcalá de Henares coordina la difusión de proyectos, información, y actividad municipal a lo largo del año, en sus diferentes vertientes a través de los distintos medios y -en concreto- de los medios de comunicación impresos, radiofónicos y digitales, tanto locales como regionales que se hacen eco de la información universalmente denominada como 'local'.

A través del presente contrato se pretende **gestionar de manera eficaz, directa, económica, coordinada y racional la publicidad dirigida a los medios de comunicación impresos, radiofónicos y digitales** buscando la mayor rentabilidad para el ayuntamiento y el mayor rendimiento en términos de proyección, penetración y difusión de las distintas noticias que con carácter de servicio público y primando, en todo momento, el mayor conocimiento de las mismas entre los ciudadanos.

CÓDIGO CNAE Nº 7311 Publicidad, Agencias de Publicidad

CÓDIGO CVP. Nº de Publicidad. De 79341000-6 a 79342200-5

(Excepto 79342000-3 y 79342100-4)



1. **El Objeto del Contrato** es, por tanto, la adjudicación del servicio de publicidad ordinaria en medios impresos, radiofónicos o digitales de los anuncios y publicidades que el Ayuntamiento de Alcalá o el Ente Público Alcalá Desarrollo estimen oportunos, primando los medios de comunicación social con mayor penetración, impacto y difusión de las noticias locales, tanto para medios impresos locales, radiofónicos o digitales como para el mismo tipo de medios de carácter regional con secciones y apartados que hagan referencia al municipio de Alcalá de Henares o las actividades que éste realice de manera directa o indirecta en su entorno de actuación.

Queda la excluida de este pliego la inserción de anuncios oficiales, establecidos o no por la normativa vigente (procesos selectivos, contratación administrativa, bandos, edictos, asuntos urbanísticos, tributarios, expropiatorios...), reintegrables o no reintegrables, en medios de comunicación de cualquier ámbito en soporte papel, radiofónico o digital siempre que no tenga finalidad de promoción/publicidad institucional. Por tanto, quedan excluidos de este pliego de condiciones todos aquellos anuncios 'oficiales' relacionados con los procedimientos de carácter oficial administrativos tales como los edictos, bandos, anuncios de procedimientos oficiales y similares que quedarán al margen de este concurso. Asimismo quedan excluidas las campañas que se generen en el marco cultural,

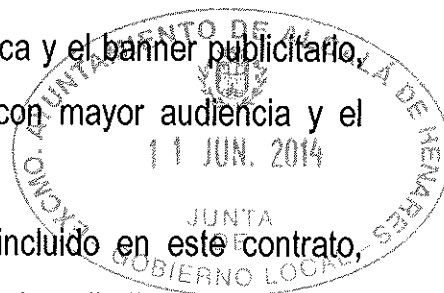
turístico y de patrimonio histórico que resulten de la ejecución de proyectos donde se den cita varias administraciones y no sólo el Ayuntamiento: tales como festivales, muestras, campañas regionales de promoción de turismo, etc. donde se dan cita inversiones o subvenciones de Comunidad de Madrid, Gobierno de España o Instituciones Europeas y cuyas aportaciones dependen, en esencia, de la promoción y difusión de estas acciones, para ser justificadas por las citadas administraciones.

Queda centrado por tanto este proceso en la publicidad institucional de promoción de todas aquellas campañas y publicidades relacionadas con la actividad municipal que genera el Ayuntamiento de Alcalá de interés general y de carácter ordinario y con los vecinos de la ciudad.

Las condiciones de la prestación del servicio tienen que incluir como mínimo las siguientes características:

- Inclusión periódica de la Publicidad que decida el Departamento Municipal encargado de velar por el seguimiento y buen desarrollo del servicio que preste la empresa adjudicataria.
- Información y análisis detallados de cada uno de los medios de comunicación impresos.
- Planificación semanal y mensual de las distintas campañas que presente el Ayuntamiento de Alcalá y proyección anual en cada uno de los medios.
- Planificación de publicidad desde un módulo a página completa (40 módulos), estableciendo los diferentes precios de los módulos habituales como el faldón, el 2x2, la media página, el roba páginas o la página completa y, esencialmente, teniendo en cuenta la mayor efectividad la inserción publicitaria si ésta corresponde a los lugares nobles de la publicación: portada, contraportada, páginas impares y así sucesivamente.

Con igual tratamiento se valora la cuña radiofónica y el banner publicitario, premiando la mejor franja horaria de emisión con mayor audiencia y el espacio digital con mayor incidencia.



- El servicio de maquetación y diseño no está incluido en este contrato, aunque de manera extraordinaria se solicite a la adjudicataria o a los medios de comunicación impresos que incluyan la publicidad municipal, bien porque el ayuntamiento no dispone del original o bien porque se precisen otros medios o programas de los que nos dispongan los departamentos municipales para la elaboración y confección del original que se publicite, edite o emita.
- Queda a criterio del adjudicatario la posibilidad de negociar anual, mensual, semanal o por cada ejemplar con cada uno de los medios de comunicación impresos de tal manera que los precios elaborados supongan una rentabilidad para el Ayuntamiento de Alcalá tanto en importe económico o en rentabilidad publicitaria del espacio.
- Se establece un presupuesto máximo de 70.000 euros/mes, IVA incluido, y respetando los criterios técnicos elaborados por el Ayuntamiento de Alcalá en base a la periodicidad, vigencia del mensaje publicitado, penetración, difusión y necesidades promocionales de los distintos servicios municipales que atiende al siguiente reparto porcentual:

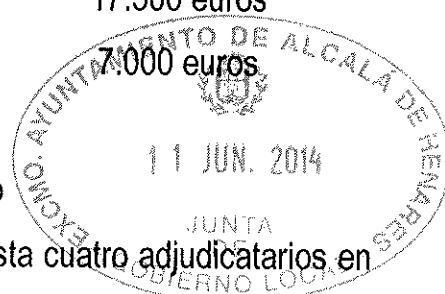
2. Términos y requisitos que se fijan para adjudicar los contratos, derivados del acuerdo marco

- | | |
|--|--------------|
| ▪ 65% Publicidad en medios impresos | 45.500 euros |
| ○ 85% en medios de difusión semanal | 38.675 euros |
| ○ 15% en medios de difusión mensual o superior | 6.825 euros |

- 25% Publicidad en medios radiofónicos
- 10% Publicidad en portales digitales

17.500 euros

7.000 euros



(*) Todas las cifras globales llevan el IVA incluido

Cada uno de los tres apartados podrá incluir hasta cuatro adjudicatarios en función de las ofertas presentadas y de la ponderación final que resulte, una vez comprobado el precio a la baja de cada una de las respectivas unidades de contratación teniendo en cuenta el carácter del medio: impreso, radiofónico o digital y de manera esencial su penetración, solvencia, difusión y audiencias y la diversificación de públicos, de ahí la posibilidad de que hasta cuatro adjudicatarios compartan los diferentes apartados, pudiendo existir el caso de que algún lote quedara desierto si la mesa de contratación estima que no alcanza los mínimos requeridos, pudiéndose determinar en este caso, y a criterio técnico del Ayuntamiento de Alcalá, destinar la cantidad asignada a ese lote a complementar cualquiera de los otros.

Dentro de cada uno de lotes y apartados se primará con un 10% a aquel adjudicatario que haya ofertado las mejores condiciones.

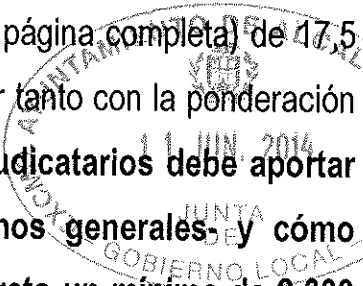
- El tipo de publicidad que oferta:

Impresa

Radiofónica

Digital

- Una relación detallada de la publicidad que oferta teniendo como base el precio tipo máximo de las siguientes unidades:

- 
- 1 módulo de publicidad impresa (40 módulos página completa) de 17,5 euros. 700 euros por página. Este servicio por tanto con la ponderación de cada uno de los medios que resulten adjudicatarios debe aportar globalmente al Ayuntamiento -en términos generales- y cómo mínimo 65 páginas de publicidad, en concreto un mínimo de 2.600 módulos publicitarios a repartir en los diferentes modelos publicitarios.
 - 1 cuña de radio (20-25-30 segundos) de 33 euros de media. Las emisoras que resulten adjudicatarias deben aportar globalmente al Ayuntamiento un mínimo de 530 cuñas.
 - 1 banner mensual publicitario de 60 euros. Los portales que resulten adjudicatarios deben aportar globalmente al Ayuntamiento un mínimo de 116 banners mensuales.
- Una propuesta de información actualizada a disposición del Departamento Municipal que se indique, que incluya tanto la previsión publicitaria como las ofertas venideras, así como el informe actualizado de medios y de ejecución económica de tal manera que con un primer análisis se vea con claridad la eficacia publicitaria, la previsión publicitaria y ejecutado a cualquier altura del ejercicio que permita conocer la disposición municipal a la hora de afrontar los distintos planteamientos publicitarios o de campañas de información de servicio público.
 - Todos aquellos productos que generen una mejora económica o un valor añadido tangible al propio de la licitación que beneficie al Ayuntamiento de Alcalá y a sus proyectos de manera global o sectorial.

3. Solvencia Técnica

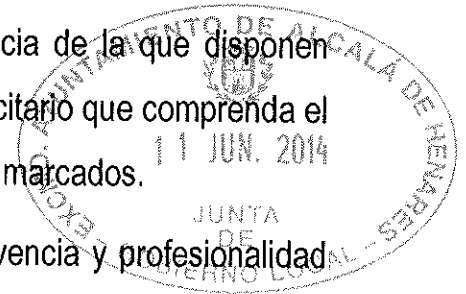
Los medios deberán incluir en sus ofertas la experiencia de la que disponen para presentarse a este concurso y un planteamiento publicitario que comprenda el mayor número de inserciones posibles, según los baremos marcados.

La empresa tendrá que acreditar esencialmente su solvencia y profesionalidad en la edición informativa, en la publicación de noticias

- Tendrá, por tanto, que acreditar experiencia en la organización, realización, coordinación, diseño, dirección y gestión de publicidad al menos en los últimos cinco años. Esto se acreditará mediante una relación de dichos servicios, incluyendo el informe donde conste el importe, datos y beneficiarios públicos o privados o las referencias de la publicidad facturada por el medio.
- También tendrá que acreditar el número de profesionales y periodistas con los que cuenta para realizar las tareas informativas. Los medios deberán hacer constar contar y acreditar al menos tres profesionales para la realización de las distintas tareas necesarias para su edición periódica.
- Ficha del medio donde quede claro la firma editora o emisora y su localización, rechazando aquellos medios que no dejen claro la autoría de las noticias o la finalidad eminentemente informativa y de interés general de la entidad a la que representa.

4. Las condiciones del contrato

- Para este servicio se establece una cantidad máxima de 70.000 euros/mes, con el IVA incluido.
- La duración del contrato se establece por un período de seis meses.



ANEXO



CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN

Criterios Objetivos. (hasta 55 puntos)

1. Medios impresos
 - a. Por cada 500 ejemplares impresos acreditados 5 puntos
 - b. Por cada punto de venta o distribución acreditado..... 0.5 puntos
2. Medios radiofónicos
 - a. Por cada 1.000 oyentes acreditados 5 puntos
 - b. Por cada bloque de 10 minutos, o fracción, de emisión en directo con contenido/información local 0.5 puntos
3. Medios digitales
 - a. Por cada 500 visitas mensuales acreditadas..... 10 puntos

Criterios Subjetivos (hasta 45 puntos)

4. Proyecto (hasta 25 puntos)

Se valorarán en este campo:

- El plan de publicidad municipal en el medio de comunicación
- El conocimiento sobre la penetración y difusión de los medios locales, comarcales y regionales y la eficacia y resonancia del medio que oferta la publicidad.
- La capacidad para relacionar contenidos publicitarios con artículos, reportajes, crónicas o informaciones con referencia a los intereses generales del Ayuntamiento de Alcalá por los criterios de máxima información al mayor número de lectores posibles.



5. Mejoras (20 puntos)

-La capacidad de ofertar otros productos informativos como publrreportajes, suplementos, secciones, apartados o demás productos promocionales e informativos como mejora a la oferta económica.

-Todo tipo de espacios y proyectos periodísticos que permitan al Ayuntamiento de Alcalá dar a conocer de forma masiva las informaciones en aras al interés general de sus ciudadanos.

A 3 de junio de 2014

A handwritten signature in black ink, appearing to read "P. Rubiales Úbeda".

Pilar Rubiales Úbeda

Jefa del Servicio de Publicaciones