

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE SERVICIOS QUE REGIRÁ LA ADJUDICACIÓN POR PROCEDIMIENTO NEGOCIADO DE LA EJECUCIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA LA DIFUSIÓN DEL SERVICIO DE ASESORAMIENTO LABORAL DIRIGIDO A PERSONAS DESEMPLEADAS Y OCUPADAS EN MEJORA DE EMPLEO

Expediente de contratación 09/2019/EMP/Campaña Asesoramiento laboral

1.- OBJETO DEL CONTRATO

El objeto del contrato es la realización de una campaña publicitaria dirigida a informar y dar a conocer el nuevo *Servicio de Información y Asesoramiento Laboral* de Behargintza Basauri-Etxebarri, en los municipios de Basauri y Etxebarri, desde una doble perspectiva:

1. Acción publicitaria dirigida a la ciudadanía de ambos municipios en general.
2. Acción publicitaria dirigida especialmente a las personas destinatarias del servicio: personas desempleadas o en mejora de empleo de ambos municipios.

La empresa adjudicataria se encargará del desarrollo y la producción creativa, la planificación de medios, la compra a de soportes de publicidad, así como del seguimiento y evaluación de la publicidad contratada

La campaña que constituye el objeto de este contrato conllevará un diseño de carácter integrado y completo, que contemple todo el abanico de posibles acciones, utilizando para ello las herramientas y soportes publicitarios que consideren más eficaces para hacer llegar el mensaje, y, en general, teniendo en cuenta cualquier otro aspecto que contribuya a la consecución del objetivo demandado.

2.- DESCRIPCIÓN TÉCNICA DE LOS SERVICIOS A PRESTAR

2.1. OBJETIVOS

El contrato deberá asegurar la cobertura de los objetivos que se enumeran a continuación:

Los ámbitos que se deberán tener en cuenta para desarrollar la imagen de comunicación y la campaña publicitaria son:

- ✓ la población en general de Basauri y Etxebarri, tanto como potencial destinataria del servicio como posible prescriptora del mismo.
- ✓ las personas desempleadas o en mejora de empleo, de Basauri y Etxebarri, como destinatarias del servicio.
- ✓ BHG como entidad pública promotora de la idea y prestadora del servicio.

2.2. DIRECTRICES

Los aspectos que pueden ayudar a orientar las líneas de la campaña y la imagen de comunicación son los siguientes:

- Se trata de un servicio nuevo en BHG.
- La población desconoce el servicio.
- Se trata de un servicio pionero, en Euskadi, en cuanto que es prestado desde una institución pública a nivel municipal.
- La necesidad de atraer personas usuarias al nuevo servicio.

Las líneas de la campaña y la imagen de la comunicación son las siguientes:

- Servicio público-municipal, del ciudadano/a-Ayuntamiento.
- Ventajas del servicio: connotaciones de cercanía y atención individualizada ("*Marca BHG**").
- Calidad del servicio: profesionalidad; utilidad; trato-amabilidad ("*Marca BHG**").
- Otras ventajas del servicio: la gratuidad, rapidez e inmediatez.
- Poner en valor el aspecto humano ("*Marca BHG**").
- La sencillez y cercanía tienen que primar en la comunicación (un reflejo de lo que luego vivirán). ("*Marca BHG**").
- Trabajar la comunicación online (acceder público más joven).

*"*Marca BHG*", entendida como aquellos rasgos que son identificados por las personas usuarias de BHG, independientemente del servicio recibido y del momento.

2.3. SOPORTES DE COMUNICACIÓN

Se establecen como mínimo y a título orientativo, los siguientes canales de difusión:

- Internet (redes sociales).
- Folletos.
- Metro.
- Prensa escrita de ámbito local.
- Medios exteriores.
- Web BHG, la campaña deberá elaborar una propuesta adaptada a las características de la misma.
- Radios de ámbito local.

2.4 REALIZACIÓN DE LA CAMPAÑA

Se establecerán, al menos, dos periodos, el primero a desarrollar durante el mes de junio de 2019 y el segundo durante el mes de septiembre del mismo año.

2.5. PERSPECTIVA DE GÉNERO E IGUALDAD ENTRE AMBOS SEXOS

Se debe garantizar una comunicación publicitaria igualitaria y no sexista.

2.6. IDIOMAS

Bilingüe, euskera y castellano para todos los soportes.

3.- PROPUESTA TÉCNICA

Se deberá presentar un proyecto explicativo que incluya:

- la argumentación del planteamiento estratégico de la campaña;
- propuesta de mensaje y gráfica;
- detalle de los distintos soportes de comunicación, su cuantificación y distribución;
- maquetas o bocetos de las diferentes piezas creativas propuestas;
- eficacia y rentabilidad esperada de la estrategia diseñada;
- cronograma de la campaña;
- seguimiento y evaluación de la publicidad contratada.

4.- COORDINACIÓN Y SEGUIMIENTO

BHG designará a una persona del Área de Empleo como responsable técnica del servicio contratado la cual realizará la supervisión del mismo para lograr los objetivos establecidos en base a las especificaciones del presente pliego.

A la firma del contrato, la empresa adjudicataria designará una persona como coordinadora del servicio, que asumirá las labores de interlocución con la responsable técnica de BHG y a la que corresponderá la impartición de las instrucciones que resulten necesarias en relación con la prestación del servicio contratado.

5.- SEGUIMIENTO Y MEMORIA FINAL

La empresa adjudicataria gestionará la inclusión de la publicidad en todos los medios de comunicación elegidos y realizará un seguimiento de la misma, comprobando su aparición en los distintos medios durante el periodo contratado, mediante recopilación de su inserción, y en su caso, a través de los estudios de audiencia pertinentes.

La adjudicataria deberá presentar en el plazo máximo de 15 días desde la finalización del contrato una memoria final de la campaña en soporte papel y versión digital para su archivo, que incluya el plan y programación de la campaña, así como los indicadores de notoriedad e impacto que considere de interés. Aportando, además, la siguiente documentación:

- **Internet (redes sociales):** Impresión de la pantalla en la página en la que aparece el anuncio en cada medio contratado. Certificados de emisión, detallando el número de visualizaciones/impresiones y usuarios únicos.
- **Folletos:** Originales. Número, lugares y fechas de distribución.
- **Metro:** Prueba fotográfica de cada uno de los soportes, figurando inserta en cada foto la fecha de toma, siendo al menos una de ellas la del día de la instalación y otra, el último día de la campaña.
- **Prensa escrita:** Originales de las páginas con anuncios de prensa.
- **Medios exteriores:** Prueba fotográfica de cada uno de los soportes, figurando inserta en cada foto la fecha de toma, siendo al menos una de ellas la del día de la instalación y otra, el último día de la campaña.
- **Web BHG:** Impresión de la pantalla en la página en la que aparece el anuncio. Certificado de emisión, detallando el número de visualizaciones/impresiones y usuarios únicos.
- **Radio:** Certificación de emisión detallando anuncio, número de pases, días y franja horaria de emisión; firmado y sellado por la cadena de difusión.

6.- CONSULTAS TÉCNICAS

Las consultas referidas a cualquiera de los aspectos recogidos en este Pliego deberán dirigirse, vía correo electrónico, a Behargintza Basauri-Etxebarri, especificando número de teléfono y nombre de la persona de contacto.

- Número de teléfono: 944 262 999
- E-mail: kontratazioa@behargintza.eus

Basauri, 22 de marzo de 2019

Josu Llona Sabarte
Coordinador

En cumplimiento de la normativa de Protección de Datos de Carácter Personal, se le informa de que los datos que nos facilite, serán tratados por BEHARGINTZA BASAURI-ETXEBARRI de forma segura y confidencial.

La finalidad del tratamiento de los datos de los proveedores ya contratados será la gestión administrativa, fiscal y contable de la relación comercial entre ambas partes.

En cualquier momento podrá ejercitar los derechos de acceso, rectificación, supresión y portabilidad de sus datos, y la limitación u oposición a su tratamiento dirigiendo un escrito a BEHARGINTZA BASAURI-ETXEBARRI, calle Baskonia nº 1, C.P. 48970 de Basauri (Bizkaia) o enviando un mail a info@behargintza.eus.

Podrá consultar la información adicional y detallada sobre Protección de Datos en nuestra política privacidad tanto en la web como oficinas.