

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA EL ACUERDO MARCO PARA LA SELECCIÓN DE EMPRESAS Y PROFESIONALES QUE PRESTARÁN LOS SERVICIOS DE ESTRATEGIA Y CREATIVIDAD PARA CAMPAÑAS Y ACCIONES DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD INSTITUCIONAL, ASÍ COMO EL DISEÑO DE MATERIALES Y SOPORTES DESTINADOS A IMAGEN, PROMOCIÓN O DIFUSIÓN DE ACTIVIDADES Y SERVICIOS DEL AYUNTAMIENTO DE PAMPLONA

1. OBJETO

La finalidad de este Acuerdo Marco es la selección de empresas y profesionales que prestarán los servicios de ideación y producción de campañas de comunicación o publicidad institucional, así como el diseño con creatividad de materiales y soportes destinados a imagen, promoción o difusión de actividades y servicios del Ayuntamiento de Pamplona.

Dada la gran variedad y amplitud de los contratos, y las diferentes necesidades de solvencia técnica y profesional que se precisan para garantizar su buena ejecución, el objeto del contrato se dividirá en dos lotes:

- El primer lote comprenderá los servicios de estrategia, ideación y producción de campañas de comunicación o publicidad cuyo importe global creativo supere los 4.000 euros (precio sin ejecución de materiales), así como la creación, preparación y realización de originales gráficos, sonoros, audiovisuales o multimedia con destino a la publicidad institucional del Ayuntamiento en medios de comunicación vinculados al “Acuerdo marco para la contratación de la compra de espacios en medios de comunicación para la inserción de campañas de publicidad institucional en el entorno de la difusión local” en 2020, con independencia de su importe, excepto aquéllos que sean adaptaciones de diseños ya realizados o adjudicados en el lote 2, en cuyo caso serán realizados por sus autores.
- El lote 2 comprenderá los servicios de diseño con creatividad de originales gráficos, sonoros, audiovisuales o multimedia, así como la ideación de acciones de comunicación cuyo importe global creativo sea inferior a 4.000 euros (precio sin ejecución de materiales). Los productos que pueden ser objeto de encargo de este lote son los recogidos en el tarifario anexo al CPC del Acuerdo Marco.

Dentro de este pliego no se incluye, ni podrá solicitar el adjudicatario, aspecto alguno relacionado con el microespacio “Día a día tu ciudad” que el Ayuntamiento de Pamplona emitirá en las radios que resulten adjudicatarias del “Acuerdo marco para la contratación de la compra de espacios en medios de comunicación para la inserción de campañas de publicidad institucional en el entorno de la difusión local” en 2020. Así mismo, está excluido de este Acuerdo Marco el diseño del programa de San Fermín, que se licita mediante un contrato específico.

2. TRABAJOS A REALIZAR

- Lote 1:

- Estrategia y creatividad para campañas y acciones de comunicación:
 - desarrollo de un concepto creativo básico para cada acción según la estrategia y objetivos recogidos en el briefing entregado por el Servicio de Comunicación;
 - realización de una pieza básica de campaña (por ejemplo, cartel para mupi) en la que se materializará la creatividad y diseño específico de la acción.
 - realización de las adaptaciones en los diferentes soportes de campaña
 - realización de los diferentes artes finales para la producción de los materiales gráficos, anuncios, etc.

Los medios piezas y soportes necesarios se concretarán según cada acción y sus objetivos, por ejemplo: anuncios prensa, cuñas radio, spot televisión, vallas, mupis, autobuses y exterior en general, medios electrónicos (banner) y nuevos soportes tecnológicos de comunicación, audiovisuales, carteles, folletos, manuales y publicaciones y material gráfico en general.

El público potencial al que irán dirigidas las campañas será la población de Pamplona estableciendo las segmentaciones según objetivos. También puede establecerse públicos a nivel nacional o autonómico en acciones puntuales.

Diseño, creatividad y conceptualización de acciones de marketing directo y urbano (street marketing) y la realización de las distintas piezas de cada acción.

- Creatividad y diseño de piezas con destino a publicidad municipal:
 - En prensa escrita, a través de anuncios ordinarios “sólo de texto” o anuncios con creatividad
 - En prensa digital, a través de banners, Brand days y otros formatos digitales
 - En radio, a través de cuñas
 - En televisión, a través de spots

- Lote 2: Trabajos de creatividad en los que todas las condiciones están previamente fijadas en el Acuerdo Marco. Se incluyen trabajos de diseño gráfico, diseño editorial, diseño de identidad corporativa, diseño tipográfico,

ilustraciones, cartelería, señalética, multimedia y diseño infográfico, tanto para ámbitos off-line como on-line.

El servicio que presta la empresa se concreta en el diseño creativo solicitado, plasmado en un arte final, o una adaptación de un diseño plasmado igualmente en un arte final.

Un arte final consiste en el material digital, preparado con calidad, para su envío a la imprenta o su publicación digital directa sin que haga falta ningún retoque o intervención más. Los artes finales se enviarán siempre que sea posible a través de correo electrónico u otros medios electrónicos.

3. OBLIGACIONES DEL ADJUDICATARIO

Serán obligaciones del adjudicatario:

LOTE 1

1. Diseñar y componer los anuncios ajustándose a las pautas que establezca el Servicio de Comunicación de Ayuntamiento de Pamplona:

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

Se consideran incluidas la posible realización de ilustraciones y alquiler de fotos para creatividades básicas. En campañas más complejas que requieran trabajos de mayor envergadura se presupuestarán aparte.

2. La producción de material impreso (carteles, folletos y publicaciones en general), así como las cuñas, spots, piezas audiovisuales y multimedia.

3. Presentar las propuestas creativas explicando los criterios y posicionamiento de cada campaña o acción, en relación con la estrategia marketing y comunicación indicada en el briefing. Algunas campañas, que por su complejidad o magnitud lo requieran, deberán ir acompañadas de un contrabriefing.

4. Presentar prueba gráfica previa, a su cargo, de aquellos anuncios que el Ayuntamiento considere oportuno revisar con anterioridad a su difusión. La solicitud de prueba gráfica se realizará expresamente por el Ayuntamiento en cada caso.

5. La realización de cuantas propuestas, modificaciones o ajustes fueren necesarios o se indiquen desde el Servicio de Comunicación para la adecuada adaptación de la creatividad a los objetivos de campaña.

6. El desarrollo gráfico de la creatividad deberá contener los elementos necesarios de identidad corporativa de Ayuntamiento para que sean identificados con la institución.

7. La creación y composición deberá tener en cuenta, en los casos que se determinen la convivencia o asociación a la marca Pamplona o/y otros logotipos de empresas o instituciones.

8. La adjudicataria deberá proceder a la traducción al euskera, bajo la supervisión de los servicios técnicos de traducción del Ayuntamiento de Pamplona, de todas las órdenes de publicidad municipal en las que expresamente se indique.

9. Todas las piezas deben entregarse en modo de arte final, listas para su publicación o emisión siguiendo los requisitos solicitados por cada medio o soporte:

- JPG o PDF (u otros archivos que se soliciten) para publicaciones impresas y publicidad exterior con respeto a sangres y resolución.

- Cuñas de radio grabadas y entregadas en MP3.

- Spots en full hd en MP4 o h264 para televisión

- Banner en JPG y GIF para formatos de imagen y HTML5 para formatos de programación.

Eventualmente, el Ayuntamiento solicitará que se le envíen los archivos originales con los que fueron maquetadas las creatividades.

10. El envío de los originales aprobados a los medios de comunicación o empresas encargadas de soportes publicitarios indicados por el Ayuntamiento, en las fechas establecidas.

11. La adjudicataria comprobará que las artes finales realizadas concuerdan con los originales aprobados, 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.

12. El Servicio de Comunicación establecerá los plazos de los diferentes trabajos. La adjudicataria deberá dar respuesta a las necesidades urgentes del cliente en un plazo de 5 horas para adaptaciones.

13. La adjudicataria aportará 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. Para la prestación del servicio se requieren al menos de 3 personas con disponibilidad de lunes a viernes de 9.30 a 19.30 horas. Estas personas deberán contar con experiencia acreditada en gestión de publicidad. Se deberá acreditar mediante la presentación del curriculum vitae del personal que se

vaya a adscribir a la ejecución del contrato. En todo caso, el contratista procederá a la sustitución del personal preciso, de forma que la ejecución del contrato quede siempre asegurada.

14. La adjudicataria designará un interlocutor con el Ayuntamiento y asegurará la atención todos los días del año, cubriendo en su caso los festivos y el horario fuera de la jornada laboral mediante guardia telefónica que cubra las 24 horas del día. A tal efecto, la adjudicataria facilitará al menos una persona de contacto mediante teléfono móvil.

15. La empresa licitadora deberá comprometerse en su oferta a disponer, en caso de resultar adjudicataria, de una oficina en Pamplona o la Comarca de Pamplona. En todo caso, cuando el Ayuntamiento lo considere oportuno, será siempre la empresa adjudicataria la que se desplace a dependencias municipales para tratar asuntos relacionados con la elaboración de las campañas. A tales efectos, el adjudicatario deberá presentar ante el Servicio de Comunicación, en el plazo de 10 días contados a partir de la notificación de la adjudicación del contrato, justificante de la propiedad, arrendamiento o cualquier otro negocio jurídico sobre la titularidad del local.

16. La adjudicataria deberá presentar con carácter mensual al Ayuntamiento de Pamplona la relación de anuncios/campañas realizadas, desglosando los importes. En el caso de las campañas realizadas, presentará un informe de la cobertura y alcance de las acciones de la campaña contratada, tratando de utilizar aquellos indicadores objetivos que justifiquen la inversión pública.

LOTE 2

1. Diseñar y componer los encargos objeto del contrato ajustándose a las pautas que establezca el Servicio de Comunicación de Ayuntamiento de Pamplona. Se consideran incluidas la posible realización de ilustraciones y alquiler de fotos para creatividades básicas.

2. Presentar prueba gráfica previa, a su cargo, de aquellos trabajos que el Ayuntamiento considere oportuno revisar con anterioridad a su difusión. La solicitud de prueba gráfica se realizará expresamente por el Ayuntamiento en cada caso.

3. La realización de cuantas propuestas, modificaciones o ajustes fueren necesarios o se indiquen desde el Servicio de Comunicación para la adecuada adaptación de la creatividad a los objetivos.

4. El desarrollo gráfico de la creatividad deberá contener los elementos necesarios de identidad corporativa de Ayuntamiento para que sean identificados con la institución.

5. La creación y composición deberá tener en cuenta, en los casos que se determinen la convivencia o asociación a la marca Pamplona o/y otros logotipos de empresas o instituciones.

6. La adjudicataria deberá proceder a la traducción al euskera, bajo la supervisión de los servicios técnicos de traducción del Ayuntamiento de Pamplona, de todas las órdenes de publicidad municipal en las que expresamente se indique.

7. Todas las piezas deben entregarse en modo de arte final, listas para su publicación o emisión siguiendo los requisitos solicitados por cada medio o soporte:

- JPG o PDF (u otros archivos que se soliciten) para publicaciones impresa y publicidad exterior con respeto a sangres y resolución.

- Banner en JPG y GIF para formatos de imagen y HTML5 para formatos de programación.

Eventualmente, el Ayuntamiento solicitará que se le envíen los archivos originales con los que fueron maquetadas las creatividades.

8. El envío de los originales aprobados a los medios de comunicación o empresas encargadas de soportes publicitarios indicados por el Ayuntamiento, en las fechas establecidas.

9. La adjudicataria comprobará que las artes finales realizadas concuerdan con los originales aprobados, 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.

10. El Servicio de Comunicación establecerá los plazos de los diferentes trabajos. Las empresas contratistas deberán dar respuesta a las necesidades urgentes del cliente en un plazo de 5 horas para adaptaciones.

11. Las empresas contratistas aportarán 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. Para la prestación del servicio se requieren al menos de 2 personas con disponibilidad de lunes a viernes de 9.30 a 19.30 horas en la ejecución de cada encargo derivado del Acuerdo Marco. Estas personas deberán contar con experiencia acreditada en gestión de publicidad. Se deberá acreditar mediante la presentación del curriculum vitae del personal que se vaya a adscribir a la ejecución del contrato. En todo caso, el contratista procederá a la sustitución del personal preciso, de forma que la ejecución del contrato quede siempre asegurada.

12. La empresa licitadora deberá comprometerse en su oferta a disponer, en caso de resultar seleccionada, de una oficina en Pamplona o la Comarca de Pamplona. En todo caso, cuando el Ayuntamiento lo considere oportuno, será siempre la empresa adjudicataria la que se desplace a dependencias municipales para tratar asuntos relacionados con la elaboración con la elaboración de los trabajos encargados cuando el Ayuntamiento lo considere necesario. A tales efectos, el adjudicatario deberá presentar ante el Servicio de

Comunicación, en el plazo de 10 días contados a partir de la notificación de la adjudicación del contrato, justificante de la propiedad, arrendamiento o cualquier otro negocio jurídico sobre la titularidad del local.

4. PRESUPUESTO DEL CONTRATO

El presupuesto base de licitación del Ayuntamiento de Pamplona para la prestación de servicios especializados de creatividad para cubrir campañas y acciones de comunicación y publicidad institucional y diseño de materiales y soportes objeto de este contrato a realizar por el Ayuntamiento de Pamplona durante el año 2020 asciende a la cuantía de 484.000 euros IVA incluido, distribuido para su licitación y ejecución en dos lotes, de acuerdo con el siguiente reparto (todos los precios incluyen el IVA):

- Lote 1: 242.000 euros
- Lote 2: 242.000 euros

La cifra indicada como precio del contrato es meramente estimativa, a efectos de publicidad del procedimiento e información a las posibles licitadoras sin que ello suponga en ningún momento un compromiso de gasto para el Ayuntamiento de Pamplona ni le obligue a la contratación de un número determinado de servicios. En consecuencia, el hecho de resultar seleccionada, no generará derecho al abono de precio alguno si no media contratación derivada ni existirá derecho de indemnización a favor de las seleccionadas por no emplear la totalidad de la cantidad estimada.

5. PARTICIPACIÓN Y ADJUDICACIÓN DEL ACUERDO MARCO

Podrán participar en esta contratación licitadores que acrediten que su finalidad o actividad tiene relación directa con el objeto del contrato y que disponen de una organización con elementos personales materiales suficientes para la debida ejecución del contrato.

El Acuerdo Marco se celebrará con 1 empresa en el lote 1 y con 12 empresas y/o profesionales en el lote 2, seleccionadas mediante procedimiento abierto atendiendo a los criterios de adjudicación establecidos en el pliego (criterios técnicos sociales y económicos), y siempre que exista un número suficiente de interesadas que se ajusten a los criterios de selección o de ofertas admisibles que respondan a los criterios de adjudicación. Las seleccionadas se clasificarán por su orden de prelación.

Los contratos derivados se adjudicarán del siguiente modo: acreditada por el Servicio de Comunicación la necesidad de llevar a cabo uno de los servicios objeto de este contrato, se procederá a redactar una "hoja de encargo" y se enviará un email a la empresa o profesional que encabece el listado de seleccionados/as. En el caso del lote 2, cuando el volumen contratado con la empresa o profesional seleccionado alcance un importe máximo de entre 4.000

y 5.000 euros, se contratará con la siguiente seleccionada, según orden de prelación, procediendo de este modo hasta finalizar el listado de seleccionadas y procediendo, en su caso, a llevar a cabo tantas "rondas" al listado como necesidades municipales.

Para estos contratos la empresa o profesional a quien se dirija la "hoja de encargo" tendrá la obligación de presentar un primer trabajo. Si el Servicio de Comunicación no aceptara el trabajo por falta de calidad o por no ajustarse a lo solicitado, éste podrá solicitar alternativas hasta en dos ocasiones más a la empresa o profesional designada. En el caso de que, cumplimentado este proceso, la calidad del trabajo siguiera sin ajustarse a los parámetros exigidos, se resolverá ese concreto contrato, previa audiencia de la empresa contratista, se dará paso a la siguiente en la lista y se le excluirá de las futuras contrataciones incluidas en este Acuerdo Marco.

6. PLAZO DE DURACIÓN DEL CONTRATO

El plazo de duración del contrato será de un año, del 1 de enero de 2020 hasta el 31 de diciembre de 2020. En el supuesto de que no resulte posible iniciar la ejecución del contrato en la fecha indicada, el plazo se iniciará coincidiendo con la formalización del contrato y finalizará el 31 de diciembre de 2020. Se podrá prorrogar la vigencia del contrato por el periodo de un año, prórroga que deberá ser acordada por el órgano de contratación antes de la finalización de la fecha de expiración de la vigencia inicial del contrato.

7. PROPIEDAD DE LOS TRABAJOS

Los originales confeccionados en el marco de este contrato pasarán a ser propiedad del Ayuntamiento de Pamplona, que podrá utilizarlos en cuantas acciones desee, sin límite de tiempo (con el límite de los derechos de modelos fotos y música). El Ayuntamiento de Pamplona adquirirá la totalidad de los derechos de explotación económica en su máxima extensión territorial y temporal.

8. COORDINACIÓN Y GESTIÓN

El Servicio de Comunicación de Ayuntamiento de Pamplona será quien coordine y supervise este contrato.

El Ayuntamiento será 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.

La empresa adjudicataria del lote 1 podrá subcontratar la ejecución y producción de los materiales que resulten como consecuencia de la ejecución del contrato, debiendo comunicarlo previamente al Servicio de Comunicación municipal.

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