



PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS

CONTRATACIÓN DE SERVICIOS PARA EL DISEÑO DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN Y PUBLICITARIA, LA CONCEPTUALIZACIÓN, EL DESARROLLO CREATIVO, LA PRODUCCIÓN, GRABACIÓN Y DIFUSIÓN EN MEDIOS DE UNA CAMPAÑA INSTITUCIONAL DE LA FUNDACIÓN ONCE EN EL MARCO DEL PROGRAMA OPERATIVO PLURIRREGIONAL DE “LUCHA CONTRA LA DISCRIMINACIÓN 2007-2013”, COFINANCIADO POR EL FONDO SOCIAL EUROPEO (FSE)

1.- OBJETO DEL CONTRATO

Es objeto del presente pliego la contratación de los servicios para el diseño de la estrategia de comunicación y publicitaria, la conceptualización, el desarrollo creativo, la producción, grabación y difusión en medios de comunicación españoles, de una campaña institucional de la Fundación ONCE en el ejercicio 2015, centrada en el empleo de la personas con discapacidad y la alianza con el Fondo Social Europeo, que se emitirá en el período comprendido entre los días 12 y 30 del mes de noviembre de 2015.

Para ello, las actividades mínimas requeridas son las siguientes:

El objeto del contrato se divide en dos lotes:

Lote 1. Diseño de la estrategia de comunicación y publicitaria, conceptualización y desarrollo creativo, producción de spots de Tv, radio, rodaje, post-producción, producción gráfica, copias de emisión, etc., inherentes a la ideación de la campaña y ejecución de la misma, directamente o a través de empresas de producción especializadas. En adelante, **“Creatividad y Producción. Agencias de Publicidad”**.

Lote 2. Diseño de una estrategia de medios adecuada a los objetivos de comunicación de la campaña, incluyendo a tal fin los servicios de análisis técnico justificativo de la estrategia y optimización de la misma, planificación táctica, reserva y contratación de espacios en medios, seguimiento de la emisión-difusión de la campaña y medición de resultados. En adelante, **“Medios. Agencias de Medios”**.

Los servicios y ofertas de cada uno de los dos lotes anteriormente señalados, comprenderán la remuneración y honorarios de la Agencia de Publicidad (Lote 1) y de la Agencia de Medios (Lote 2), así como cualesquiera otros costes directos e indirectos propios del diseño, desarrollo y ejecución de cada uno de los respectivos servicios.

Las empresas licitadoras podrán participar en los dos lotes en los que se divide el objeto del contrato, sin que exista obstáculo alguno para que una misma licitadora pueda resultar adjudicataria de ambos lotes.

2. – PLAZO DE EJECUCIÓN DEL CONTRATO

El contrato se ejecutará conforme a los calendarios que se acompañan al presente pliego como Anexos I y II (correspondientes a los Lotes 1 y 2, respectivamente), con independencia del mantenimiento de sus efectos hasta el total cumplimiento de las obligaciones asumidas por las partes.

3. - ÁMBITO DEL TRABAJO

El ámbito territorial de los servicios contratados se corresponderá al territorio nacional

4. REQUISITOS ESPECÍFICOS PARA LA PRESENTACIÓN DE LAS OFERTAS

Lote 1 .Creatividad y Producción. Agencias de Publicidad.

4.1.1 Informe con la argumentación del planteamiento estratégico de la campaña.

4.1.2. Maqueta spots o, en su defecto, animatic spots, junto con un dossier con scripts de los spots y guiones de tv.

4.1.3. Maqueta cuñas y dossier anexo con guiones.

4.1.4. Bocetos piezas gráficas y online.

4.1.5. Ficha técnica investigaciones pre y post-test.

4.1.6. Proyecto y presupuesto de producción de spots de Tv. El documento incluirá una memoria con la “visión” del Realizador, detalle de la planificación de la producción (nº jornadas de rodaje, detalle localizaciones, shooting, nº de actores principales y secundarios, propuesta música y cualesquiera otros datos complementarios que permitan a los miembros de la Mesa conocer con precisión el tratamiento y recursos de producción y post-producción incluidos en la propuesta. En

particular, el modelo de presupuesto de la Productora denominado "12/44 partidas"

Los materiales de presentación anteriormente enumerados se incluirán en un dispositivo USB. 4 copias.

Lote 2. Medios. Agencias de Medios.

Los licitadores presentarán sus propuestas mediante la cumplimentación de los datos que se solicitan a tal fin en los Anexos III y IV.

Asimismo, las propuestas se complementarán con la aportación de los siguientes documentos:

4.2.1. Informe con el planteamiento estratégico de Medios. En todo caso, cualquier variante del mix de medios que pudiera formularse contemplará el medio TV con el objetivo de presión mínima indicado en el Anexo III. Las propuestas que no cumplan con dicho requisito quedarán desestimadas.

4.2.2. Informe con las directrices básicas de planificación táctica de Medios.

4.2.3. Informe con los datos de evaluación de la estrategia de medios propuesta por el licitador: Grp's TV, cobertura, OTS, etc..

4.2.4. Compromiso de costes ofertados. En todo caso, estarán vinculados a los parámetros de planificación y cualitativos establecidos para los distintos medios en los indicados Anexos III y IV.

5. PRESUPUESTO BASE DE LICITACION

En el concepto de la factura además de los trabajos facturados deberá incluirse el siguiente texto:

“ACTUACIÓN REALIZADA EN EL MARCO DEL PROGRAMA OPERATIVO LUCHA CONTRA LA DISCRIMINACION 2007-2013 COFINANCIADO POR EL FONDO SOCIAL EUROPEO CORRESPONDIENTE A LA CONTRATACIÓN DE SERVICIOS PARA EL DISEÑO DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN Y PUBLICITARIA, LA CONCEPTUALIZACIÓN, EL DESARROLLO CREATIVO, LA PRODUCCIÓN, GRABACIÓN Y DIFUSIÓN EN MEDIOS DE UNA CAMPAÑA INSTITUCIONAL DE LA FUNDACIÓN ONCE”

6. ENTREGABLES

6.1 Creatividad y Producción. Agencias de Publicidad.

- 2 spots 30" y su correspondiente adaptación o versión de 20". Castellano
- 2 spots de 20" en idiomas (gallego, euskera y catalán)
- Copias emisión/distribución digital Tv para todos los Canales de Tv contemplados en la planificación Anexo III.
- 4 cuñas radio (máximo 30" de duración) en castellano e idiomas.
- Gráfica: 2 originales, color, formato A-4 y ½ página. Castellano e idiomas
- Internet. Piezas richmedia en formato Robapáginas 300 x 250
- Adaptación materiales para resto de medios
- Informe Pre test campaña.
- Informe Post test campaña.
- Dossier presentación de campaña. Incluirá borrador de nota de prensa y colección de materiales de presentación. 50 copias.

6.2. Medios. Agencias de Medios.

- Planificación táctica de medios.
- Ofertas definitivas de contratación de medios. Dichas ofertas se corresponderán íntegramente, en todos sus parámetros de valoración y cuantificación, con la propuesta de Condiciones de Contratación de Medios ofertada en el Concurso, a salvo de que puedan ser objeto de optimización por parte de la Agencia adjudicataria en la negociación final inmediatamente anterior al inicio de la campaña.
- Informes diarios del seguimiento de la campaña en medios. En su caso, de registrarse desviación sobre objetivos, propuestas de compra complementaria de espacios o anulación de los mismos.
- Informe de medios final de campaña. Incluirá resultados de evaluación.
- Liquidación presupuestaria por medios. Facturación. Se emitirán facturas independientes, por medios. En el caso de Tv, por Cadenas. En todos los casos, las facturas se acompañarán de los correspondientes certificados de emisión, comprobantes de inserción, etc. En el caso de Tv, además, de las facturas de los diferentes Canales.
- Junto con la liquidación presupuestaria se presentará la correspondiente a r ppeles/extratipos.

7.- LUGAR Y FORMA DE PRESENTACIÓN DE LAS PROPOSICIONES

Las ofertas, debidamente identificadas como **LOTE 1** o como **LOTE 2** junto con la documentación preceptiva, se presentarán en el registro de Fundación ONCE (C/ Sebastián Herrera, 15, 4ª planta -28012 Madrid, España) de lunes a viernes de 8.00 a 13.00 **desde el 14 de julio de 2015** hasta **el día 4 de septiembre de 2015.**

La documentación del concurso deberá ser remitida a la atención de José Aguilar. Departamento de Programas Europeos.

La Fundación ONCE en aplicación de la política medioambiental de la Unión Europea requiere a los licitadores que presenten sus propuestas en soporte informático, indicando en el sobre su nombre o razón social, domicilio social y la referencia a **CONTRATACIÓN DE SERVICIOS PARA EL DISEÑO DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN Y PUBLICITARIA, LA CONCEPTUALIZACIÓN, EL DESARROLLO CREATIVO, LA PRODUCCIÓN, GRABACIÓN Y DIFUSIÓN EN MEDIOS DE UNA CAMPAÑA INSTITUCIONAL DE LA FUNDACIÓN ONCE EN EL MARCO DEL PROGRAMA OPERATIVO PLURIRREGIONAL DE “LUCHA CONTRA LA DISCRIMINACIÓN” 2007-2013, COFINANCIADO POR EL FONDO SOCIAL EUROPEO (FSE) + LOTE 1 o LOTE 2.**

Para resolución de dudas o preguntas sobre los pliegos contactar en la dirección de correo jaquilar@fundaciononce.es