PLIEGOS DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DE LA EMPRESA PÚBLICA PARA LA GESTIÓN DEL TURISMO Y DEL DEPORTE DE ANDALUCÍA, PARA LA CONTRATACIÓN DE SERVICIOS LA PLANIFICACIÓN Y COMPRA DE SOPORTES DE PUBLICIDAD PARA LA DIFUSIÓN DEL DESTINO ANDALUCÍA Y EL SEGMENTO DE TURISMO CULTURAL MEDIANTE PROCEDIMIENTO ABIERTO NO SUJETO A REGULACIÓN ARMONIZADA.

Expediente: C101-06JM-0818-0065.

Titulo: LA PLANIFICACIÓN Y COMPRA DE SOPORTES DE PUBLICIDAD PARA LA DIFUSIÓN DEL DESTINO ANDALUCÍA Y EL SEGMENTO DE TURISMO CULTURAL

Código CPV: 79341000

Memoria:

El principal objetivo de la acción es difundir la oferta cultural y patrimonial de Andalucía para posicionar al destino como una de las opciones más atractivas para disfrutar de este segmento fuera de la temporada alta, contribuyendo a la desestacionalización.

PRIMERA.- OBJETO.

El objeto del presente pliego es fijar las prescripciones técnicas para la contratación, por procedimiento abierto, de la prestación de servicios para la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A. (en adelante **Turismo y Deporte de Andalucía**) de agencia de publicidad, de conformidad con el art. 13 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, para la planificación y compra de soportes de publicidad para la difusión del destino Andalucía, segmento cultural, otoño 2018.

SEGUNDA.- DESCRIPCIÓN DE LOS TRABAJOS.

La creatividad y producción de todos los elementos audiovisuales correrán a cargo de **Turismo y Deporte de Andalucía** salvo las que acompañen la campaña en redes sociales de acuerdo con la imagen de las campañas en vigor. Los envíos y transportes de materiales correrán a cargo de las empresas adjudicatarias.

Durante la realización de los trabajos objeto del contrato, se podrán efectuar por **Turismo y Deporte de Andalucía** cuantas sugerencias y propuestas de modificación se consideren necesarias para el buen fin de la campaña de promoción.

PLAN DE MEDIOS

A.- ÁMBITO DE DIFUSIÓN.

Nacional y Autonómico

B.- PÚBLICO OBJETIVO

Individuos de más de 16 años del territorio nacional

C.- PERIODO DE DIFUSIÓN DE CAMPAÑA:

- Televisión nacional: Del 5 al 21 de noviembre
- Prensa provincial Andalucía: Del 2 al 18 de noviembre
- Revistas especializadas: Noviembre
- Digital: Del 2 al 18 de noviembre
- RRSS: Del 2 al 18 de noviembre

E- TÁCTICA DE MEDIOS:

TELEVISIÓN NACIONAL

Ámbito: Nacional
Selección de soportes: Cadenas nacionales.
Posicionamiento: Deportes / Tiempo / Patrocinio cultural
Formato: Patrocinio

Datos cuantitativos a presentar:

- Calendario u óptico que refleje los días, horas y programas junto con número de emisiones en cada cadena así como el total de los spots planificados.
- GRP's obtenidos con la planificación propuesta (Por franjas y pases)
- Todos los Grp´s se presentarán en formato 30" desglosados por franjas y pases.
- Contactos, cobertura y OTS obtenidos con la planificación.
- Inversión realizada por cadena, medio y franja horaria

PRENSA REGIONAL

Ámbito: Andalucía
Selección de soportes: Prensa líder provincial
Formato: Media página
Posicionamiento: Sección cultura/ Viajes
Datos cuantitativos a presentar:

- Calendario u óptico que refleje los días junto con número de inserciones en cada cabecera.
- GRP's obtenidos con la planificación propuesta a nivel autonómico.
- Contactos, cobertura y OTS obtenidos con la planificación total y por cadenas.
- Inversión realizada por cabecera y medio

REVISTAS ESPECIALIZADAS CULTURA

Ámbito: Nacional
Selección de soportes: Revistas culturales líderes

Formato: Publicidad + Redacccional
Datos cuantitativos a presentar:

- Calendario u óptico que refleje los días junto con número de inserciones en cada revista
- GRP's obtenidos con la planificación propuesta a nivel nacional.
- Contactos, cobertura y OTS obtenidos con la planificación total y por cadenas.
- Inversión realizada por cabecera y medio.

SOPORTES DIGITALES

Ámbito: Nacional / Andalucía.
Selección de soportes:

- Portales de información generalista con secciones de cultura que no tengan versión impresa
- Portales de contenido cultural

Formato: Contenido / Piezas Publicitarias
Posicionamiento: Sección cultura
Periodo de difusión de campaña: Del 2 al 18 de noviembre

Datos cuantitativos a presentar:

- Calendario u óptico que refleje los días y formatos seleccionados.
- Impresiones conseguidas totales y por soportes y acciones contratadas

El táctico presentado tendrá desglosado económicamente todas las partidas por medios y acciones contratadas.

REDES SOCIALES

Ámbito: Nacional y Autonómico
Objetivo: promover el valor experiencial de revivir y disfrutar de las multiples culturas que conviven en Andalucía. Dado el formato, el tratamiento debe de estar enfocado a poner en valor las particularidades y singularidades mediante vivencias y experiencias que tiene Andalucía en su amplio patrimonio cultural.
Selección de soportes: Facebook, Instagram y Twitter
Formato: Anuncios y contenido patrocinado
Requisitos: la empresa adjudicataria deberá seguir las pautas de etiquetado para la campaña
Objeto: publicidad en redes sociales e imagenes (con derechos de autor de uso en cualquier medio) que transmitan experiencias culturales y que serán usadas para la campaña de publicidad.

Datos cuantitativos a presentar:

- programática planteada para cada uno de los canales
- número de imágenes que se entregarán con el contrato
- impresiones/usuarios únicos previstos

F.- PRESUPUESTO POR SOPORTES

Presupuesto Total: 215.000 euros +iva

Presupuesto por Soportes (IVA no incluido):

- **Televisión Nacional:** 90.000 euros +iva
- **Prensa provincial Andalucía:** 75.000 euros + iva
- **Revistas especializadas Cultura:** 18.000 euros +iva
- **Digital:** 20.000 euros +iva
- **Redes Sociales:** 12.000 euros +iva

Nota: El desglose de la inversión por soporte, dentro de cada medio, deberá atenerse a criterios técnicos de índices de difusión, cobertura y audiencia de cada soporte, de acuerdo con lo dispuesto en los apartados 3 y 4 del artículo 5 de la Ley 6/2005, de 8 de abril, Reguladora de la Actividad Publicitaria de las Administraciones Públicas de Andalucía.

G.- ESTRATEGIA DE MEDIOS

Aquella que permita generar un mayor número de contactos, lograr un mayor grado de afinidad con el público objetivo de campaña y obtener mayor presión en términos de Grp y cobertura.

H.- EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO

La agencia ganadora deberá presentar informes de seguimiento con el fin de garantizar que los objetivos iniciales se están cumpliendo así como un informe final donde se muestre que los objetivos iniciales establecidos han sido cumplidos.

Málaga, 23 de agosto de 2018.