PLIEGOS DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DE LA EMPRESA PÚBLICA PARA LA GESTIÓN DEL TURISMO Y DEL DEPORTE DE ANDALUCÍA, S.A. PARA LA CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE PLANIFICACIÓN Y COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS PARA LA PROMOCIÓN DEL DEPORTE EN ANDALUCÍA EN EL ÁMBITO REGIONAL 2019, MEDIANTE PROCEDIMIENTO ABIERTO.

Expediente: C101-06JC-0719-0046.

Título: PLANIFICACIÓN Y COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS PARA LA PROMOCIÓN DEL DEPORTE EN ANDALUCÍA EN EL ÁMBITO REGIONAL 2019

Código CPV: 79341000

MEMORIA JUSTIFICATIVA

La presente convocatoria se licitación se realiza con el fin de incrementar la práctica deportiva de la población andaluza, incrementar el interés por la diversidad de modalidades deportivas y dar cabida a una serie de noticias relacionadas con el deporte que habitualmente no suelen tener cobertura en los Medios (Deporte Base, el deporte de alto rendimiento, los Grandes Eventos en Andalucía, el deporte para discapacitados, el deporte y la mujer, deporte y salud, las Federaciones Deportivas Andaluzas...).

PRIMERA.- OBJETO.

El objeto del presente pliego es la contratación, por parte de la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A. (en adelante **Turismo y Deporte de Andalucía**) de la prestación de servicios 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 espacios publicitarios en el ámbito de la promoción del deporte en Andalucía.

Se contratarán Medios impresos, radio y digitales.

SEGUNDA.- ESPECIFICACIONES TÉCNICAS.

Objetivos que se buscan con estas acciones de comunicación son:

- Incrementar la práctica deportiva de la población andaluza.
- Aumentar el interés por la diversidad de modalidades deportivas y dar cabida a una serie de noticas relacionadas con el deporte que habitualmente no suelen tener cobertura en los Medios, así como ayudar al conocimiento y promoción de nuevos referentes deportivos de la Comunidad.
- Dar una mayor cobertura a asuntos importantes como el Deporte Base, el Deporte de Alto Rendimiento, los Grandes Eventos en Andalucía, el Deporte para Discapacitados, El Deporte y la Mujer, Deporte y Salud, las Federaciones Deportivas Andaluzas, así como cualquier otro asunto de interés en materia deportiva para Andalucía.

TERCERA.- DESCRIPCIÓN DE LOS TRABAJOS.

La campaña objeto del presente expediente consiste en la compra de espacios publicitarios para la promoción deportiva en Andalucía **a nivel regional**.

La empresa adjudicataria además deberá desarrollar trabajos consistentes en:

- Tramitación de todos los materiales publicitarios y redaccionales necesarios para el desarrollo correcto de las acciones planificadas sirviendo de enlace entre los medios contratados y **Turismo y Deporte de Andalucía**.
- Desarrollo de un dossier final en el que se recogerán todas las acciones desarrolladas (copia impresa, justificantes de emisión, etc.) que serán entregadas en soporte digital a **Turismo y Deporte de Andalucía**.
- La empresa adjudicataria deberá disponer a un profesional a tiempo completo y que estará en permanente contacto con el equipo designado por parte de **Turismo y Deporte de Andalucía** para garantizar el correcto desarrollo de las acciones de comunicación.
- Para las campañas digitales de **Turismo y Deporte de Andalucía** le proporcionará al adjudicatario, por cada creatividad un pixel de seguimiento y/o una url de adserver para el control y seguimiento de las campañas. El adjudicatario esta obligado a incorporar dichas medidas de seguimiento a la campaña sin coste alguno para **Turismo y Deporte de Andalucía**.
- Para las campañas digitales, las mediciones presentadas para los informes de seguimiento y final deberán ser aportadas por un proveedor externo (third party) que haya sido específicamente certificado para la medición de visibilidad previamente por MRC o JICWEBS.
- La compra programática en los apartados digitales no será aceptada y las propuestas que así lo contemplen no serán evaluadas.

La creatividad y producción de todos los elementos impresos, radiofónicos, y digitales convencionales correrán a cargo de **Turismo y Deporte de Andalucía** de acuerdo con la imagen de las campañas en vigor. El desarrollo de piezas no convencionales será llevado a cabo por los medios contratados y sólo será emitido o publicado previa autorización de **Turismo y Deporte de Andalucía.**

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 cumplimiento de los objetivos previstos con esta acción.**

CUARTA.- BRIEFING DE MEDIOS.

A.- ÁMBITO DE DIFUSIÓN.

- Andalucía

B.- PERÍODO DE EJECUCIÓN DE LA ACCIÓN.

De septiembre a diciembre de 2019

C.- PÚBLICO OBJETIVO.

- Adultos +=24 años.
- Personas residentes en Andalucía.
- Personas interesadas en tener información sobre el deporte base de Andalucía en sus diferentes vertientes.

PLAN DE MEDIOS

RADIO

Posicionamiento: Programa/s de radio centrados en el deporte base andaluz y otros deportes minoritarios. Se planificarán al menos 3 cadenas con una distribución equitativa del presupuesto.

Formatos: Contenidos + Piezas publicitarias

Datos cuantitativos a presentar: Se presentará una planificación mensual que será extrapolable a los 4 meses de duración de los acuerdos suscritos con la/s radio/s planificada/s.

Los datos de evaluación serán los correspondientes a un mes de campaña tipo con una emisión normal de la programación.

- Calendario u óptico que refleje los días, horas y programas.
- Número de emisiones (convencionales o no).
- Grp´s obtenidos en formato 30" a nivel autonómico desglosados por programas emisoras y franjas horarias.
- Contactos, cobertura y OTS obtenidos con la planificación.

El táctico presentado tendrá desglosado económicamente todas las partidas por franjas, medios e inserciones.

MEDIOS IMPRESOS

- Prensa deportiva papel + versión digital + Dispositivos móviles

Formato/s: Contenidos + Piezas publicitarias.
Posicionamiento: Sección Andalucía

Datos cuantitativos a presentar: Se presentará una planificación mensual que será extrapolable a los 4 meses de duración de los acuerdos suscritos con las cabeceras o grupos editoriales planificados.

Los datos de evaluación serán los correspondientes a un mes de campaña tipo con una emisión normal de la programación

- 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.
- Impresiones previstas con la planificación digital desglosada por dispositivos/ web/
- Impresiónes totales previstas con la campaña digital.
- Contactos netos, cobertura y OTS obtenidos con la planificación total impresa
- Inversión realizada por cabecera y medio (Impreso/ Digital)

DIGITAL

- Portales de temática deportiva con IP Andalucía o en sección Andalucía

Formato/s: Contenidos / Piezas publicitarias 20" /Dispositivos móviles
Posicionamiento: Homepage / Sección Andalucía /Dispositivos móviles

Datos cuantitativos a presentar: Se presentará una planificación mensual que será extrapolable a los 4 meses de duración de los acuerdos suscritos con las webs o grupos editoriales planificados.

Los datos de evaluación serán los correspondientes a un mes de campaña tipo con una emisión normal de la programación

- Calendario u óptico que refleje los días y formatos seleccionados.
- Número de inserciones.
- Impresiones previstas con la planificación digital desglosada por dispositivos/ web/
- Impresiones totales previstas con la campaña digital.
- Usuarios únicos alcanzados
- Número de visualizaciones de video previstas

El táctico presentado tendrá desglosado económicamente todas las partidas por soportes y acciones planificadas.

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.

E.- PRESUPUESTO POR SOPORTES

Presupuesto Total 2019: 174.958,67 euros + IVA

Presupuesto por Soportes

- **Medios impreso:** 49.586,78 euros + IVA
- **Radio :** 75.785,11 euros + IVA /
- **Digital:** 49.586,78 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.

Málaga, 10 de julio de 2019