

EXPEDIENTE Nº S-06192-2020

SERVICIOS DE AGENCIA DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD

Pliego de especificaciones técnicas

1.- OBJETO:

El presente pliego tiene por objeto establecer los términos y condiciones para la contratación de servicios profesionales de marketing, con el objeto de promocional el lanzamiento de un nuevo servicio digital de CRTVE.

Se requiere la contratación de un servicio integral de marketing (creatividad, comunicación y publicidad) que incluye el diseño de un plan de marketing anual cuya fase de lanzamiento será ejecutada por el adjudicatario, de forma coordinada con CRTVE, y de una duración correspondiente al periodo de vigencia del contrato).

2.-DEFINICIÓN DEL SERVICIO

A efectos de los presentes Pliegos se entiende como servicio integral de marketing el desarrollo de los siguientes puntos:

2.1. Plan de comunicación y publicidad:

2.1.1. Basada en:

- **El briefing** (que RTVE aportará al licitador bajo acuerdo de confidencialidad y/o contra briefing (revisión del aportado por RTVE) elaborado y debidamente justificado por el licitador.
- Un **estudio del sector realizado por el licitador** (segmentación, producto/mercado y competencia) que arroje datos y conclusiones sobre los que definir la propuesta y estrategia de promoción.

2.1.2. Con las etapas bien definidas que cumpla con los objetivos de comunicación y publicidad (marcados en el briefing):

- Transmisión del **mensaje**: responde a los objetivos de comunicación.
- **Lanzamiento y posicionamiento de marca basada en la imagen corporativa del servicio digital (ya diseñada e incluida en el briefing)**: transmite valores, identidad y tonos marcados.
- Adaptar el **relato de marca (Brand speech)** en todos los posibles formatos de comunicación - Guía de Estilo (Guidelines)a largo plazo (memorabilidad).
- **Adecuación al target**: cumple objetivos de captación de usuarios.

2.2. Plan de contenidos:

2.2.1 Estrategia del plan de contenidos: desarrollo de la propuesta global (apoyado en óptico o cronograma) que incluya todos los contenidos (detalle de las propuestas de acciones creativas y promocionales) de la campaña integral de marketing.

2.2.2 Diseño de las propuestas creativas:

- el licitador deberá proponer el diseño de piezas y acciones necesarias que considere más adecuadas para la consecución de los objetivos e intereses comunicados, por ejemplo:
 - Diseño de materiales para su difusión y/o exposición (vídeo promocional, material digital, cuñas radiofónicas u otros formatos creativos).
 - Diseño y propuesta de eventos (presenciales o virtuales):
Siempre que una acción involucre personas, el licitador se ocupará de las mismas y de todo tratamiento asociado a datos personales, cuya finalidad no puede exceder del objeto de este contrato, salvo petición expresa de RTVE. Igualmente, el licitador será el encargado de ponerse en contacto con los asistentes o invitados, salvo petición expresa de RTVE.
- estarán diseñadas según su posterior **planificación en medios externos y medios internos, es decir, canales, emisoras y plataformas propios de RTVE** (por tanto, debe incluir propuestas de promoción específicas para programas de RTVE).

Los distintos diseños de las acciones estarán adaptados al espacio en el que se distribuyan.

- puede presentarse un número ilimitado de propuestas con un orden prioritario de importancia y trascendencia para el cumplimiento de los objetivos de la campaña, aunque el coste de producción total de todas las propuestas incluidas, aunque suponga superar el importe del contrato, por lo que habría 2 tipos de propuestas que el licitador deberá dejar bien diferenciadas (la parte económica se presentará en el anexo I del PGC):
 1. Propuestas que se ejecutarán dentro de presupuesto y duración de contrato. RTVE tendrá la potestad para elegir entre las propuestas cuales pone en marcha, y asignará la producción de estas propuestas al adjudicatario.
 2. Propuestas fuera del presupuesto de contrato. RTVE tendrá la potestad de elegir entre el resto de las propuestas en vez de las propuestas del punto anterior y/o ejecutarlas por su cuenta.

2.3. Plan táctico: debe presentarse una **planificación de las acciones** tanto en medios externos como internos, es decir, en canales propios de RTVE (distribuir temporalmente el conjunto de acciones en los distintos soportes en base a la estrategia adoptada y los objetivos).

2.4. Estrategia de inversión presupuestaria de la campaña:

2.4.1 La estrategia de inversión se incluirá en dos documentos:

- 1) por conceptos, desarrollada en la memoria técnica.
- 2) por costes: en el Anexo I del pliego de condiciones generales

El presupuesto del contrato está asignado al lanzamiento el servicio digital dentro de la duración del contrato.

La empresa adjudicataria dejará diseñado en el plan anual las acciones que ellos consideren siendo potestad de RTVE su ejecución o no.

2.4.2. Distribución del presupuesto en el tiempo en base a la estrategia adoptada y los objetivos.

2.4.3. Desglose de costes asociados a cada acción propuesta: detalle de viabilidad presupuestaria y tiempos necesarios de ejecución (anexo I del PGC)

2.5. Informes semanales y asesoramiento continuado en todas aquellas cuestiones relacionadas con el plan de marketing durante el periodo de validez del contrato.**2.6. Reporte final de la campaña de marketing ejecutada por el licitador (fase de lanzamiento).****2.7. Diseño del plan de marketing anual desde el lanzamiento del servicio digital.****3.- EQUIPO DE PROYECTO**

El licitador deberá especificar y acreditar los siguientes aspectos en relación al equipo de trabajo encargado de dar servicio a RTVE:

Se deberá designar un coordinador de proyecto que actuará como interlocutor ante RTVE y se especificarán sus funciones en el proyecto, así como su titulación que deberá ser universitaria, su formación y experiencia. El coordinador del proyecto deberá acreditar al menos 5 años de experiencia en el sector de la publicidad. Asimismo, deberá detallarse el currículum del resto de los recursos que directamente pudieran participar en el proyecto, cuyo requisito es que la titulación que posean sea Universitaria y/o de Formación Profesional de grado superior y experiencia en el sector mínima de dos años.

4.- EJECUCIÓN DEL SERVICIO

Sin perjuicio de las instrucciones que en cada caso determine RTVE, el plan de marketing integral y sus distintas acciones serán diseñados y/o elaborados por el adjudicatario previa solicitud de RTVE. Asimismo, las aprobaciones de dichos planes y acciones corresponden igualmente a RTVE.

5.- CONTENIDO MÍNIMO DE LA OFERTA TÉCNICA:

El licitador presentará una memoria técnica en la que desarrolle:

1. Descripción general de la compañía, con detalle de la organización interna y los servicios asociados (departamentos especializados...).
2. Desarrollo del servicio, según los apartados definidos en el punto 2 de este pliego técnico.
3. Documentación relativa al cumplimiento del punto 3 de este pliego técnico.
4. Documentación que acredite el cumplimiento de los criterios de valoración indicados en la cláusula 10ª del pliego de condiciones generales.
5. Listado de clientes destacados de la agencia a título informativo.