

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE AGENCIA PUBLICITARIA PARA LA PLANIFICACIÓN DE MEDIOS, COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS Y EJECUCIÓN EN RADIO DE LA CAMPAÑA DE PROMOCIÓN DE MALLORCA

1.- INTRODUCCIÓN

La competencia en promoción turística se ha transferido al Consell Insular de Mallorca mediante el Decreto 7/2018, de 23 de marzo, de traspaso a los consells insulars de Mallorca, Menorca y Formentera de las funciones y los servicios inherentes a las competencias propias de estos consejos insulares que actualmente ejerce la Administración de la Comunidad Autónoma de las Islas Baleares en materia de promoción turística (BOIB n.º 37, de 24 de marzo).

El artículo 1 de los Estatutos de la Fundación Mallorca Turismo establece que es una entidad sin ánimo de lucro, que forma parte del sector público insular, el patrimonio de la cual está vinculado a las finalidades de interés general que se detallan en el artículo 6 de estos estatutos (BOIB n.º 24, de 23 de febrero de 2019).

El artículo 6 de los estatutos de la Fundación Mallorca Turismo establece que la finalidad de la Fundación es fomentar la promoción turística de Mallorca en los mercados nacional e internacional, la creación de producto turístico, la gestión de los servicios turísticos en general y cualquier otra actividad con el objetivo de promover el turismo de la isla. Para desarrollar su objeto fundacional, la Fundación lleva a cabo, entre otros, las actividades siguientes:

- Gestionar los servicios turísticos de Mallorca.
- Organizar actividades promocionales en el ámbito de la isla, de la comunidad autónoma de las Islas Baleares, del Estado o en el ámbito internacional.
- Coordinar las actuaciones de promoción turística con los otros organismos públicos de promoción turística.
- Contribuir a facilitar a profesionales del sector turístico mallorquín los medios necesarios para posibilitarles la competitividad en los mercados exteriores.
- Apoyar y promover la comunicación y colaboración entre todos los agentes del sector turístico de Mallorca.
- Ayudar el sector turístico, para facilitar la presencia en ferias y mercados internacionales.
- Impulsar la formación para profesionales del sector turístico y responsables del sector público en materia de producto turístico.
- Impulsar la promoción de la imagen de Mallorca como plató cinematográfico, mediante el cine y otros medios audiovisuales, así como fomentar la creación de acontecimientos cinematográficos en Mallorca.

- Impulsar grandes acontecimientos y otras actividades de interés turístico que consoliden los diferentes productos turísticos de Mallorca, así como su promoción a los mercados nacionales e internacionales.

2.- OBJETO DEL CONTRATO

El objeto de esta licitación es la contratación de una agencia de comunicación o central de medios para realizar los servicios de creación de la cuña (a partir de los materiales que aporte la FMT), producción de artes finales, planificación estratégica y compra de espacios publicitarios de una campaña de publicidad en radios con impacto en el territorio nacional.

Todas las cuñas deben ser emitidas en programación de emisión nacional entre los meses de julio y agosto. La FMT establecerá el calendario final una vez adjudicado el servicio.

Pueden presentarse a esta licitación agencias de comunicación/publicidad y centrales de medios.

3. PÚBLICO OBJETIVO DE LA CAMPAÑA

La campaña va dirigida a atraer al turista español; personas que deseen planificar sus vacaciones en un lugar cercano, de calidad y seguro como es Mallorca.

4.- CREATIVIDAD Y PRODUCCIÓN DE LAS ARTES FINALES

Los artes finales de la campaña los realizará la empresa adjudicataria siguiendo las instrucciones e indicaciones técnicas de la Fundació Mallorca Turisme, desde donde, si se considera oportuno, se proporcionará material. Una vez finalizados, serán entregados a la FMT quien ostentará la propiedad del material y lo podrá utilizar en otras acciones.

Las consideraciones técnicas de carácter general para el diseño de la campaña deben ser:

- Creación de cuñas de radio de 20 segundos
- El idioma debe ser español

La producción final deberá ser aprobada explícitamente por la FMT antes de su envío a los diferentes medios de comunicación que se incluyan en la campaña de medios.

5.- PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO DE LA CAMPAÑA

Las empresas presentarán sus propuestas según lo establecido en el pliego de prescripciones administrativas.

El plan de medios final deberá priorizar los tres medios con mayor índice de audiencia según el EGM.

6. CONDICIONES

El adjudicatario se encargará de la verificación del cumplimiento de las órdenes de publicidad cursadas y entrega a la Fundació Mallorca Turisme la documentación justificativa de todas las inserciones, así como la inversión realizada en cada medio. La justificación incluirá documentación escaneada de los certificados de emisión.

Los gastos derivados de la contratación de espacios serán por cuenta del adjudicatario, previa aprobación de la Fundació Mallorca Turisme. Para ello, el adjudicatario deberá presentar en un plazo de 1 semana la propuesta de la campaña de publicidad a realizar, según las indicaciones de la FMT a partir de la propuesta de precios ganadora.

La empresa adjudicataria se asegurará de no proponer y no comprar espacios en medios que violen o apoyen la violación de los valores constitucionales o los derechos humanos o promuevan o induzcan a la violencia, el racismo u otros comportamientos contrarios a la dignidad humana. Con anterioridad a la compra de los espacios publicitarios, la empresa adjudicataria presentará también una memoria económica para dicha campaña que reflejará el nombre del medio/s a contratar, el formato de anuncio/s que propone, el número de inserciones para cada medio, la tarifa vigente de cada medio expresada sin IVA y el porcentaje de descuento efectuado por el medio/s sobre la tarifa vigente. Adjuntará asimismo copia de los presupuestos presentados por los medios de comunicación a la empresa adjudicataria. Los descuentos en precio que los medios ofrezcan a la empresa adjudicataria a la hora de comprar los espacios publicitarios se aplicarán íntegramente a la administración contratante, no pudiendo la empresa adjudicataria beneficiarse económicamente de los mismos ni de ningún tipo de rapel/comisión/incentivo o análogo por este contrato siendo el único beneficio económico para la empresa adjudicataria el margen de beneficio industrial que oferte en la licitación. La empresa adjudicataria se asegurará de que la administración contratante “no abonará en ningún caso por las inserciones de publicidad institucional precios abusivos, que no guarden proporción con la regulación normal del mercado” Con la finalidad de alcanzar dicho objetivo, la empresa adjudicataria se asegurará de no proponer y no comprar espacios en medios de comunicación que no tengan publicadas sus tarifas publicitarias para los diferentes espacios de forma pública y de manera permanente en página web de la empresa o medio análogo con el objetivo de asegurar que la administración paga precios acordes a los precios de mercado.

7. FORMA DE PAGO Y JUSTIFICACIÓN

La empresa contratista deberá justificar documentalmente los siguientes extremos junto con la factura correspondiente:

1. La efectiva realización de la difusión mediante los correspondientes certificados de emisión de radio.

2. La factura o facturas giradas por los medios de comunicación al contratista en que se acredite el importe de las inserciones o difusión de las correspondientes acciones publicitarias. A la finalización de la campaña se deberá justificar documentalmente la eficacia del plan de medios ajustado al periodo de difusión de la campaña. Para ello, la adjudicataria deberá presentar un informe final.

El pago de los servicios se efectuará al finalizar la campaña mediante la emisión de la correspondiente factura, adjuntando la documentación justificativa solicitada por los técnicos de la FMT (informe de acción y dossier en el que se recojan los resultados a nivel de impacto informativo) y previa conformidad por parte de la FMT.

En la factura estará incluida la comisión de agencia.

La empresa adjudicataria facturará por los trabajos realizados. La empresa adjudicataria deberá de registrar la factura a través de la web www.face.gob.es, conforme establece la legislación vigente.

8. PROPIEDAD DE LOS TRABAJOS

Los derechos de propiedad de las cuñas serán propiedad de la FMT.

9. CONFIDENCIALIDAD Y LOPD

La empresa adjudicataria deberá guardar el debido sigilo sobre el contenido y desarrollo del contrato, por un periodo mínimo de 5 años desde la firma de este. El adjudicatario se compromete por escrito a respetar el secreto relacionado con la información que conozca por razón de los servicios prestados a FMT.

La información proporcionada por la FMT acerca de los usuarios finales de los servicios a contratar será única y exclusivamente utilizada por la empresa adjudicataria con el fin de proporcionar una mejor asistencia, debiendo garantizar una absoluta privacidad y confidencialidad de dichos datos.

Por ello, la empresa adjudicataria, en lo que concierne al Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE (RGPD), deberá formalizar con la FMT un acuerdo de tratamiento de datos personales en el que se compromete (junto con todo su personal) a realizar el tratamiento de datos de carácter personal a los que tenga acceso acorde con la normativa de protección de datos vigente en cada momento y, en particular, las obligaciones recogidas a tal efecto en el pliego de la FMT alojado en la Plataforma del Sector Público.

10. OFICIALIDAD DE LAS LENGUAS

Toda la documentación administrativa y técnica que se presente en esta licitación ha de ser entregada en una de las dos lenguas oficiales de la CAIB, catalán o español.