



Licitación	Expediente
CONTRATO DE LOS SERVICIOS DE PLANIFICACIÓN Y COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS EN PRENSA, RADIO Y PUBLICIDAD ON LINE NECESARIAS PARA EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES ORGANIZADAS POR LA FUNDACION GENERAL DE LA UCM	2-2016

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARTICULARES QUE HAN DE REGIR LA CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE PLANIFICACIÓN Y COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS EN PRENSA, RADIO Y PUBLICIDAD ON LINE NECESARIAS PARA EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES ORGANIZADAS POR LA FUNDACION GENERAL DE LA UCM

1.- OBJETO

El presente pliego tiene por objeto establecer la contratación de los servicios de planificación y compra de espacios publicitarios en prensa e internet, para satisfacer las necesidades de difusión de las actividades que realiza la Fundación General de la UCM, principalmente los Cursos de Verano Complutense. Se trata de tramitar las siguientes actividades publicitarias:

- Anuncios informativos en prensa escrita
- Anuncios informativos o publicidad on line.
- Cuñas publicitarias en medios radiofónicos.

2.- CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DEL SERVICIO

La prestación del servicio se realizará conforme a los siguientes requerimientos que tienen la condición de condiciones esenciales en la prestación del contrato:

2.1.- Anuncios informativos en prensa escrita.

La Fundación General de la UCM solicitará al adjudicatario la inserción de publicidad en diferentes soportes de comunicación. Se cursará al adjudicatario las órdenes de tramitación de publicidad con indicación de los soportes o medios a contratar, fechas de inserción y espacios requeridos, en función del presupuesto disponible con el fin de que proceda a su contratación. En función de lo requerido, el adjudicatario propondrá a la Fundación el plan de medios y el presupuesto lo más detallado posible, en cuanto a soportes, espacios, número de inserciones, precios ofertados, calendario e importe total, presupuesto que deberá ser aprobado por la Fundación antes de su ejecución. Tras la aprobación, contratará los espacios publicitarios en las fechas y medios seleccionados, verificará el cumplimiento de las órdenes cursadas y la entrega de los comprobantes del anuncio.



2.1.- Anuncios informativos o Publicidad on-line

Cuando se trate de tramitar publicidad en las versiones online de los medios o en los buscadores, La Fundación General de la UCM solicitará al adjudicatario un plan de medios con indicación de los soportes o medios a contratar, fechas de inserción y espacios requeridos, en función del presupuesto disponible con el fin de que proceda a su contratación.

El adjudicatario propondrá a la Fundación el plan de medios y el presupuesto lo más detallado posible, en cuanto a soportes, espacios, número de inserciones on line, precios ofertados, calendario e importe total, presupuesto que deberá ser aprobado por la Fundación antes de su ejecución. Tras la aprobación, el adjudicatario garantizará que se alcancen los públicos objetivo deseados con el objetivo de optimizar la inversión. El adjudicatario informará de la evolución de la audiencia durante la campaña y sugerirá las variaciones necesarias para que se incremente el número de impresiones y los "click-through" durante su divulgación. Además, facilitará a la Fundación las claves de acceso para que pueda supervisar las estadísticas de audiencia y, finalizada la campaña, el adjudicatario deberá remitir un informe evaluando su rentabilidad de forma que permita estructurar adecuadamente la futura compra de medios.

2. 3.- Cuñas publicitarias en medios radiofónicos

Cuando se trate de tramitar publicidad en medios radiofónicos, La Fundación General de la UCM solicitará al adjudicatario un plan de medios con indicación de los soportes o medios a contratar, fechas de inserción y espacios requeridos, en función del presupuesto disponible con el fin de que proceda a su contratación.

El adjudicatario propondrá a la Fundación el plan de medios y el presupuesto lo más detallado posible, en cuanto a soportes, espacios, número de inserciones publicitarias, precios ofertados, calendario e importe total, presupuesto que deberá ser aprobado por la Fundación antes de su ejecución. Tras la aprobación, el adjudicatario garantizará que se alcancen los públicos objetivo deseados con el objetivo de optimizar la inversión. El adjudicatario informará de la evolución de la audiencia durante la campaña y sugerirá las variaciones necesarias para que se incremente el número de impresiones durante su divulgación. Además, facilitará a la Fundación las claves de acceso para que pueda supervisar las estadísticas de audiencia y, finalizada la campaña, el adjudicatario deberá remitir un informe evaluando su rentabilidad de forma que permita estructurar adecuadamente la futura compra de medios.

3. DESARROLLO, ORGANIZACIÓN Y CONTROL DE LOS SERVICIOS

- La oferta de los licitadores incluirá, sin coste adicional, maquetación y diseño de los anuncios, embalajes, transportes y entregas correrán a cargo de la empresa adjudicataria.
- Para la supervisión de la marcha del contrato, Cursos de Verano Complutense podrá establecer las instrucciones y orientaciones que estime pertinentes para la correcta realización del objeto del mismo, para lo cual podrán convocarse cuantas reuniones de seguimiento sean necesarias para su correcto desarrollo.



4. MEDIOS PERSONALES Y MATERIALES PARA LA REALIZACIÓN DEL SERVICIO

- La empresa adjudicataria se compromete a mantener en todo momento la logística necesaria para el buen funcionamiento de los servicios contratados, con la dotación de recursos humanos y materiales suficientes para su correcta ejecución.
- En caso de que la empresa adjudicataria no preste el servicio con los medios personales y materiales necesarios para su buen funcionamiento de la actividad a desarrollar, habrá lugar a la imposición de las penalidades previstas en el Pliego de Condiciones de Contratación.

Madrid, a 22 de febrero de 2016

Fdo. El Director de Cursos de Verano