



Pliego de prescripciones técnicas del contrato para el servicio de compra de espacios publicitarios en soportes exteriores (opis y autobuses de la EMT) para la inserción de la publicidad institucional del Gobierno de las Illes Balears

1. Antecedentes

La Ley 13/2010, de 9 de diciembre, de Publicidad Institucional de las Illes Balears, regula la actividad publicitaria de la Administración y la define como «toda actividad de comunicación emitida, promovida, subvencionada, patrocinada o contratada, individual o conjuntamente con otras entidades públicas o privadas, por los sujetos sometidos a la ley, que tenga por objeto difundir un mensaje común a una pluralidad de destinatarios mediante cualquier formato, soporte o medio, sea o no publicitario».

En la exposición de motivos de la citada ley se considera que en una sociedad moderna la publicidad es el medio adecuado para hacer llegar a la ciudadanía la información sobre sus derechos y deberes; para dar a conocer políticas, programas, servicios y actuaciones públicos; para informar del contenido de las disposiciones normativas, y para difundir el conocimiento y la imagen de la comunidad autónoma, de las entidades que la forman y de sus instituciones.

Desde este punto de vista, la publicidad institucional cumple un fin de interés general y, por lo tanto, puede ser considerada un «auténtico servicio público», porque contribuye a «promover la difusión y el conocimiento de los valores y principios constitucionales y estatutarios» y a «fomentar actitudes positivas y comportamientos adecuados de los ciudadanos hacia estos principios y valores».

La Dirección General de Comunicación es la competente en materia de publicidad institucional, de acuerdo con el Decreto 11/2021, de 15 de febrero, de la presidenta de las Illes Balears, por el que se establecen las competencias y la estructura orgánica básica de las consejerías de la Administración de la Comunidad Autónoma de las Illes Balears.

En los últimos años, la compra de espacios publicitarios en los diferentes soportes informativos para difundir las campañas institucionales del Gobierno de las Illes Balears se ha realizado mediante la contratación del servicio de una empresa intermediaria que garantiza un descuento único y estable en el tiempo para cada medio —prensa (en las modalidades de prensa escrita, foránea, extranjera y digital), radio y televisión.



Ahora, sin embargo, resulta necesario complementar y reforzar las campañas de publicidad y de información institucional de prensa, radio y televisión con medios de publicidad exterior, que permiten la segmentación geográfica y tienen presencia las 24 horas del día los 365 días del año. Así, se pretende ampliar los medios de difusión a opís (objeto publicitario iluminado) en las zonas de gran visibilidad y muy frecuentadas por la ciudadanía de las Illes y también a elementos móviles como los exteriores de autobuses de la Empresa Municipal de Transportes del Ayuntamiento de Palma (EMT), en los circuitos con más tránsito en la ciudad, para difundir información institucional.

2. Objeto

El objeto de este contrato son todos los trabajos necesarios para la compra de espacios en los soportes de publicidad exterior siguientes: hasta un máximo de 3 circuitos de 100 opís, distribuidos en Mallorca, Menorca, Ibiza y Formentera, y 3 circuitos de 10 autobuses de línea de la EMT para la inserción de publicidad institucional del Gobierno de las Illes Balears.

3. Descripción del servicio

Las prestaciones del servicio objeto del contrato son las siguientes:

- Compra de hasta un máximo de 3 circuitos de 100 opís distribuidos en Mallorca, Menorca, Ibiza y Formentera, para 3 campañas de publicidad, con una duración de 2 semanas cada una.
- Compra de hasta un máximo de 3 circuitos de 10 autobuses de la EMT, para 3 campañas de publicidad, con una duración de 2 semanas cada una.
- Impresión de un total de 300 carteles, diseñados y adaptados por la Dirección General de Comunicación, para los 3 circuitos de 100 opís.
- Producción y fijación de 30 vinilos, diseñados y adaptados por la Dirección General de Comunicación, para la parte posterior y los laterales de los vehículos para los 3 circuitos de 10 autobuses.
- Colocación de estos materiales al iniciarse las prestaciones y retirada al haber acabado.
- Impresión, si procede, de material de refuerzo y sustitución para el caso de deterioro durante la vigencia del contrato.

3.1. Encargo del servicio

La Dirección General de Comunicación podrá hacer tantos pedidos de inserciones en los circuitos de un soporte o del otro como estime necesarias, siempre dentro de los límites marcados por el número de circuitos y elementos contratados (véase el anexo 1).

Antes de enviar debidamente formalizado cada pedido, la Dirección General de Comunicación hará llegar a la empresa adjudicataria, con la suficiente antelación al inicio de la difusión, un brí핑 que incluirá, entre otros, la información que se indica seguidamente.

CIRCUITO DE OPIS

- La descripción de la información institucional que debe difundirse.
- El número de opis por isla (Mallorca, Menorca, Ibiza y Formentera).
- La ubicación de los opis.
- Las fechas de difusión de la información institucional: inicio y finalización de las inserciones en el circuito de opis.
- El presupuesto destinado al circuito de opis.
- Cualquier otra información que pueda resultar relevante para conseguir el mayor impacto comunicativo.

CIRCUITO DE AUTOBUSES

- La descripción de la información institucional que debe difundirse.
- Las líneas de autobús más adecuadas para llegar al público objetivo de la campaña.
- Las fechas de inicio y finalización de las inserciones en el circuito de autobuses.
- La descripción de los formatos y ubicaciones en el exterior de los autobuses de las inserciones que se pretenden llevar a cabo.
- Las fechas de difusión de la información institucional: inicio y finalización de las inserciones en el circuito de autobuses.
- El presupuesto destinado al circuito de autobuses.
- Cualquier otra información que pueda resultar relevante para conseguir el mayor impacto comunicativo.

Previamente a la remisión del brífling, la Dirección General de Comunicación podrá pedir a la empresa adjudicataria toda la información sobre la disponibilidad de espacios en el soporte o los soportes que sea relevante para el logro de los objetivos que se quieran conseguir con la difusión de la publicidad institucional.

Una vez remitido el brífling, la empresa adjudicataria dispone de tres hábiles para confirmarlo o para comentar a la Dirección General de Comunicación las correcciones que deberían llevarse a cabo, siempre con el objetivo de conseguir la difusión de la información institucional. Inmediatamente después, la Dirección General de Comunicación enviará el pedido pertinente debidamente formalizado, que se tendrá que ejecutar de acuerdo con las fechas de difusión que se prevean.

3.2. Creatividades

La Dirección General de Comunicación proporcionará a la empresa adjudicataria las piezas creativas de cada pedido de inserciones.

3.3. Certificación



Al final de cada pedido de inserciones en circuitos de opis y/o exteriores de autobuses de la EMT, la empresa deberá entregar a la Dirección General de Comunicación la siguiente documentación acreditativa:

- Certificado original, debidamente firmado y sellado, en el que conste la relación de opis —con indicación de la isla y la ubicación en la vía pública— en los cuales se han hecho las inserciones publicitarias.
- Dossier fotográfico de la distribución de los opis, que incluirá forzosamente fotografías de opis de las cuatro islas. Cada fotografía tiene que ser debidamente identificada con la indicación de la isla y la vía pública en la que está instalado el opi.
- Certificado original, debidamente firmado y sellado, en el que conste la relación de líneas de autobuses de la EMT en los que se han realizado las inserciones publicitarias.
- Dossier fotográfico de los autobuses que han exhibido la publicidad institucional.

4. Gestión del servicio

La empresa adjudicataria tiene que designar a una persona responsable encargada de las relaciones con la Dirección General de Comunicación y, si procede, una persona que la sustituya.

La persona responsable deberá facilitar el examen de cualquier proceso o fase de los trabajos, y comunicar las posibles incidencias para que se resuelvan con la autorización de la Dirección General de Comunicación. Además, proporcionará la información que la Dirección General de Comunicación necesite en cualquier momento de la prestación del servicio.

Palma, 2 de diciembre de 2022

El jefe del Departamento de Comunicación,
Publicidad e Innovación Tecnológica de la Información

Joan Pizà y Oliver

ANEXO
Número máximo de circuitos que se pueden ejecutar

<i>CIRCUITO</i>	<i>Nº. MÁXIMO ESTIMADO DE ENCARGOS</i>
Circuito de 100 opis	3
Circuito de 10 autobuses	3

El número de encargos es un máximo meramente estimativo y condicionado a las necesidades de la Administración, sin que esto suponga en ningún caso un compromiso de gasto para la Dirección General de Comunicación ni la obligue a contratar un número determinado de servicios.