

PREGUNTAS Y RESPUESTAS PLIEGO LICITACIÓN SERVICIO DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS DIGITALIZACIÓN COMERCIO PROXIMIDAD. 08/10/2020

1) Respecto a los spots:

- > Son (150 spots) 50 spots anuales en cada uno de los años 2020, 2021 y 2020?
- > O son 50 spots en total, sumando los tres años?
- > O sólo es una estimación económica a efectos de valoración?

Respecto a los spots y las cuñas: El pliego habla de la oferta de costes unitarios más ventajosos económicamente, es decir, la oferta mínima exigida de soportes publicitarios por campaña. Así que el listado de soportes (spots, cuñas, etc.) es por campaña, cada año las campañas serán diferentes en función de las necesidades del proyecto y del presupuesto.

2) Respecto a las cuñas:

- > Son 50 cuñas en total? O son 50 cuñas x 4 (cada una de las emisoras)?
- > O sólo es una estimación económica a efectos de valoración?

Es un pack distribuido entre las 4 emisoras en función de su audiencia.

3) El anexo II, entiendo que si no consta, no hay que poner presupuesto de redes sociales e internet.

Respecto a RRSS e Internet en lo que es la valoración económica de campaña tipo no se considera por no ser el criterio económico el determinante.

4) Y por último; tenéis destinados unos meses a la campaña o por el contrario se os ha de presentar una distribución anual de los contenidos de la campaña?

Se presentará una propuesta de distribución (anual, mensual o lo que la agencia considere más adecuado) pero esa planificación puede modificarla después la Cámara en función de lo que considere más conveniente.

Por tanto, esta información deberá incorporarse en la Memoria técnica dentro de la coordinación del proyecto, planificación detallada de actividades y organización.

Pliego de Prescripciones Técnicas. Apartado 1) Objeto y Alcance. (pág.2)

“El servicio consistirá en efectuar una campaña de publicidad anualmente con el fin de dar notoriedad...”

Querríamos preguntarle si tienen previsto realizar una única campaña en medios en cada uno de los ejercicios o si se prevé realizar varias a lo largo de los mismos.

Se deberá presentar una propuesta de distribución (anual, mensual o lo que la agencia considere más adecuado), pero esa planificación puede modificarla después la Cámara en función de lo que considere más conveniente.

Pliego de Prescripciones Técnicas. Apartado 2. punto c) Contenidos. (pág.2)

Querríamos saber si dentro de los servicios a prestar se requiere el de Diseño y producción de los materiales a utilizar en la campaña publicitaria. Nos referimos a la elaboración del claim y concepto de la misma y su adaptación a los distintos formatos que sean planificados: producción de Spot TV y Digital, diseño de gráfica para prensa, exterior y banners, grabación de cuñas para Radio, impresión de cartelería, desarrollo de microsite...

Si.

Pliego de Condiciones de Licitación. ANEXO II.

Importes

Querríamos que nos confirmara si el importe que debemos proponer para cada uno de los soportes debe hacer referencia estrictamente a cada uno de los pack que se indica y por el volumen exacto de unidades que se detallan.

Si.

Además, entendemos que cuando se solicita un pack en distintos soportes debemos considerar que se solicita un pack en cada uno de ellos. Ej: “PRENSA ESCRITA GENERALISTA.. 10 anuncios de 1/2 página en los dos principales medios escritos generalistas en Zaragoza, distribuidos en función de su audiencia EGM.” Entendemos que debemos presupuestar 1 pack de 10 anuncios en cada uno de los dos principales medios escritos generalistas en Zaragoza.

Al igual que en el caso del pack de las cuñas, es un pack distribuido entre los dos principales medios escritos generalistas en Zaragoza, en función de su audiencia. Por tanto tendrá que presentar el precio de un pack de 10 anuncios de ½ de página en total.

Pliego de Condiciones de Licitación. Apartado 7. Sobre nº2, punto 2. Listado de mejoras.

“Aumentar de forma significativa la oferta mínima exigida en el pliego de prescripciones técnicas de soportes publicitarios por campaña.”

Querríamos que nos confirmara si para el planteamiento de esta mejora debemos tomar como referencia el valor estimado del contrato para 2020 (es decir, 173.554eur) o el valor estimado máximo del mismo para los tres ejercicios (2020, 2021 y 2022) a los que se hacen referencia en el Apartado 4.2.

Para presentar esta mejora no se debe tener en cuenta el valor estimado del contrato, lo que se deberá aumentar es la oferta mínima que se exige en el pliego de prescripciones técnicas en el punto 2 d) Soportes.

Pliego de Condiciones de Licitación. Apartado 8. Criterios de Valoración. Oferta honorarios Agencia.

Querríamos saber si nuestra propuesta debe incluir únicamente los honorarios de agencia (medios y creatividad), o si además debemos incluir el coste de producción de los contenidos necesarios para los soportes y formatos indicados en la “Oferta Soportes Publicitarios”, es decir: Spot TV, cuña Radio, media página prensa, roba en online y redaccional para Branded content.

En el concepto de honorarios de agencia se debe incluir el coste de medios, creatividad, producción o todos aquellos que no se incluyan en los costes de los canales de difusión

“Aumentar de forma significativa la oferta mínima exigida en el pliego de prescripciones técnicas de soportes publicitarios por campaña.”

Querríamos que nos confirmara si para el planteamiento de esta mejora debemos tomar como referencia el valor estimado del contrato para 2020 (es decir, 173.554eur) o el valor estimado máximo del mismo para los tres ejercicios (2020, 2021 y 2022) a los que se hacen referencia en el Apartado 4.2.

Respecto de la propuesta de mejora, el licitador podrá realizarla por años o de manera global, si bien, en todo caso, deberá quedar clara esta cuestión con el fin de que se pueda valorar correctamente.

Os agradeceríamos nos aclararais al respecto de la relación de soportes y tipos de contenido que se detalla en el punto 2.d) Soportes del Pliego de Prescripciones Técnicas, si lo esperado en esta propuesta de mejora se refiere a uno o varios de los siguientes aspectos:

ü Soportes. Se espera que propongamos otros soportes no recogidos en dicha relación. Ejemplo mejora: Exterior. Buses.

ü Tipo de contenido. Si además de los tipos de contenido que se señalan para cada uno de los soportes de dicha relación se espera que propongamos otros tipos de contenidos. Ejemplo mejora: Radio. Microespacios.

ü Numero de inserciones. Si además de las unidades que se señalan para cada uno de los soportes de dicha relación se espera que propongamos un aumento del número de unidades. Ejemplo mejora: TV. 100spots.

Aumentar de forma significativa la oferta mínima exigida en el pliego de prescripciones técnicas de soportes publicitarios por campaña, lo cual puede interpretarse como un aumento del número de soportes exigidos o bien nuevos soportes.