

**Pliego de Prescripciones Técnicas para la contratación del trabajo**  
**“CAMPAÑA DE PROMOCIÓN DEL MAR MENOR EN TELEVISIÓN”**

**1. OBJETO DEL PLIEGO.**

El presente Pliego señala las prescripciones técnicas particulares que han de regir en el contrato de servicios de publicidad denominado “*Campaña de Promoción del Mar Menor en Televisión*”.

**2. JUSTIFICACIÓN DEL CONTRATO DE SERVICIOS.**

Como consecuencia de la finalización del Plan de Excelencia del Mar Menor en el que han participado el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, la Consejería de Cultura y Turismo de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, la Estación Náutica del Mar Menor y esta Mancomunidad, se ha obtenido una subvención a través del Ministerio de Industria, para la realización de una campaña de promoción del destino Turístico “Mar Menor” en Televisión, con el fin de impulsar dicho destino una finalizadas las diversas actuaciones realizadas en infraestructuras y equipamientos a través del citado Plan de Excelencia.

**3.3. DESCRIPCION DE LOS TRABAJOS A REALIZAR.**

**3.1. FINALIDAD Y OBJETIVOS DE LA CAMPAÑA.**

El objeto fundamental del contrato de servicios es potenciar el destino Turístico “Mar Menor”, a nivel Nacional, para invitar a los turistas potenciales a que nos visiten durante todo el año, informando de todos los productos turísticos que se engloban en un mismo destino, y que gracias a nuestra temperatura pueden ser disfrutados durante todo el año.

**3.2. DESCRIPCION DE LOS TRABAJOS A REALIZAR.**

Se preve la realización de la campaña de promoción del Mar Menor en televisión entre los meses de Febrero y Junio de 2010, pudiendo comprender Spot publicitarios, patrocinios deportivos, reportajes en directo, recomendaciones por prescriptores de renombre, etc...

**3.4. FORMATOS Y PRESENTACION DE LOS TRABAJOS.**

Se deberá presentar una memoria o trabajo, donde se detallen los formatos ofertados, preferiblemente en formato digital.

**5. SOLVENCIA TÉCNICA.**

Se consideran como requisitos mínimos de solvencia técnica disponer de la siguiente clasificación:

GRUPO: T

SUBGRUPO: 1/2 (siendo válido cualquiera de ellos)

CATEGORIA: D

**6. PRECIO DEL CONTRATO.**

El presupuesto máximo previsto para este trabajo asciende a 258.620,68 euros más 41.379,32 euros de IVA, para un importe total de 300.000 euros.

## **7. PLAZO DE EJECUCIÓN**

El plazo total previsto para la realización de los trabajos se establece en un máximo de **6 meses** desde la firma del contrato, con el siguiente desglose:

⇒ **FASE I – (Preparación de la campaña en su conjunto para la posterior emisión).** **2 meses**

⇒ **FASE II – (Emisión de la Campaña en Televisión).** **4 meses**

## **8. CRITERIOS DE VALORACIÓN.**

Para la adjudicación del contrato, las ofertas, que incluirán la documentación necesaria para dar respuesta a cada uno de los apartados, se valorarán conforme a los siguientes criterios:

### **A. Criterios cuantificables automáticamente, se puntuarán en orden decreciente:**

- Audiencia media de la televisión ofertante en nueve primeros meses del año 2009. **HASTA 30 PUNTOS.**  
Se asignarán 30 puntos a la oferta más ventajosa y el resto de forma porcentual.
- Tiempo de emisión ofertado en las franjas horarias comprendidas entre:  
Mañanas: de 8.00 a 15.00 horas  
Tardes: de 15.00 a 21.00 horas  
Noches: de 21.00 a 1.30 horas  
Se asignarán 25 puntos a la oferta más ventajosa y al resto de forma porcentual.

### **B. Criterios cuya ponderación dependa de un juicio de valor:**

- Adecuación del formato o formatos y contenidos ofertados a los objetivos de comunicación de la campaña.....**HASTA 30 PUNTOS.**
- Atendiendo a que la Mancomunidad es la patrocinadora principal de la Selección de Fútbol Playa de España y aun cuando la temporada principal de competiciones en las que la misma participa se puede producir, incluso, fuera del periodo previsto para la campaña, se valorará el compromiso del seguimiento de tal Selección y su forma de materialización.....**HASTA 15 PUNTOS.**

En cualquier caso, sin perjuicio de que la materialización, producción de los materiales a emitir; así como la posible participación de prescriptores, presentadores, actores... estarán a cargo de las empresas que participen en el concurso dentro y de forma inseparable en su oferta; la Mancomunidad procurará colaborar en la medida de sus posibilidades con la empresa que resultara adjudicataria en aquellas cuestiones que considere que resulten beneficiosas al fin de la campaña, siempre a criterio discrecional de la Mancomunidad.

Los Alcázares, 14 de Octubre de 2009  
El Agente de Comunicación y Desarrollo

D. José María Gil Garre