

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS

**CONTRATO DE SERVICIOS PARA LA CONTRATACIÓN DE
ACCIONES PUBLICITARIAS ONLINE EN FORMATO DISPLAY**

PA / 420093 / 2025

Título: PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS

Código: PA / 420093 / 2025

Fecha: 9 de junio de 2025

ÍNDICE

- 1.- OBJETO.
- 2.- DESCRIPCIÓN.
- 3.- ALCANCE DEL SERVICIO.
- 4.- ETAPAS, NIVELES, O HITOS, EN LA EJECUCIÓN DE LA CONTRATACIÓN.
- 5.- CANTIDAD DE SERVICIO.OBJETO DE LA LICITACIÓN.
- 6.- PRECIO.
- 7.- ACLARACIONES SOBRE EL PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS.
- 8.- OTRAS CUESTIONES.
- 9.- DOCUMENTACIÓN.
- 10.- GARANTÍAS.
- 11.- PENALIZACIONES.
- 12.- ACLARACIONES SOBRE ELPLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS.
- 13.- OTRAS CUESTIONES.

ANEXO I – LISTADO DE MEDIOS Y FORMATOS O EQUIVALENTES

1.- OBJETO.

Será objeto del contrato de servicios la contratación de la negociación, y posterior seguimiento de la difusión de las campañas publicitarias online en formato display del departamento de Monedas de Colección de la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre Real Casa de la Moneda, conforme a las especificaciones establecidas en este pliego.

2.- DESCRIPCIÓN.

El Servicio de Monedas Conmemorativas cuenta con un presupuesto anual para la contratación de acciones publicitarias online en formato display, como herramienta fundamental en su estrategia de ventas. Con cargo a este presupuesto se realizan distintas actuaciones de campañas digitales con los siguientes objetivos: potenciar las ventas de monedas conmemorativas a nivel nacional y dar notoriedad de marca.

3.- ALCANCE DEL SERVICIO.

Contratación de soportes en medios de comunicación por cuenta de la FNMT-RCM en su calidad de anunciante, por un período de un año, con posibilidad de prórroga por un año adicional.

La empresa adjudicataria llevará a cabo los siguientes trabajos:

3.1. Contratación de espacios publicitarios

La empresa adjudicataria será responsable de la intermediación y contratación de los espacios publicitarios online, siguiendo las planificaciones y directrices específicas de cada campaña. Gestionará con los medios la inserción de las campañas online programadas y remitirá los materiales publicitarios proporcionados por la FNMT-RCM.

Asimismo, deberá proporcionar al responsable de la campaña toda la información solicitada en relación con la contratación y difusión de los anuncios.

Las inserciones publicitarias se realizarán en los medios especificados en cada campaña por parte de la FNMT-RCM.

3.2. Seguimiento y control de las campañas de publicidad

El adjudicatario deberá llevar a cabo el seguimiento de los banners insertados en cada página web de los medios contratados, verificando su correcta publicación y supervisando su aparición en los soportes previstos.

Deberá aportar informes detallados sobre el seguimiento de la campaña, incluyendo los resultados obtenidos y cualquier incidencia detectada durante su ejecución.

4.- ETAPAS, NIVELES, O HITOS, EN LA EJECUCIÓN DE LA CONTRATACIÓN.

1. Reserva de espacios publicitarios:
La FNMT-RCM contactará con la empresa adjudicataria para gestionar la reserva del espacio publicitario online, indicando la campaña, el formato a utilizar y la fecha de publicación. Esta solicitud se realizará con un mínimo de 14 días de antelación a la fecha prevista de inicio de la campaña.
2. Envío de materiales y órdenes de publicidad:
La empresa adjudicataria remitirá a los soportes publicitarios los materiales proporcionados por la FNMT-RCM, así como las órdenes de publicidad correspondientes, asegurando el seguimiento preciso de su publicación. La FNMT-RCM podrá solicitar las órdenes de compra realizadas para verificar que coinciden con la planificación establecida.
3. Provisión de creatividades:
Las creatividades necesarias para cada campaña serán facilitadas por la FNMT-RCM con un mínimo de 7 días de antelación a la fecha de cierre.
4. Aprobación del plan de medios:
La empresa adjudicataria enviará a la FNMT-RCM el plan de medios correspondiente a cada campaña para su validación antes de su ejecución.
5. Justificación de las campañas:
Los medios publicitarios deberán aportar un informe detallado de los resultados obtenidos en cada campaña online como justificación de su ejecución.
6. Ejecución escalonada del servicio:
La prestación del servicio se realizará de manera escalonada, en función de las fechas de salida de las distintas emisiones determinadas por la FNMT-RCM.
7. Gestión de incidencias:
Cualquier incidencia que impida la publicación de un anuncio deberá ser compensada por la parte responsable, ya sea el soporte publicitario o la empresa adjudicataria.

5.- CANTIDAD OBJETO DE LA LICITACIÓN.

Las acciones publicitarias para los distintos medios y soportes publicitarios se distribuirán en:

Distintas propuestas de publicidad online en display a CPM, tipo ROS (rotación en el site), Brand Day, Branded Content, etc., con las siguientes especificaciones generales:

IMPRESIONES: entre 500.000 y 4.000.000 dependiendo del formato a utilizar.

POSICIONAMIENTO: ROS, Ampliación de Noticias, Home.

PERIODOS: Semanales y 24 horas.

SEGMENTACIÓN: IP España con frecuencia 3, salvo Brand Day.

FORMATOS: Roba Doble 300x600, Billboard 990x250/ Mobile 320x100, Brand Days, Take Over, Careta, etc.

HORARIOS: Se especificará según la campaña, normalmente de 8:00 a 21.00 horas.

Normalmente se realizarán campañas semanales, se recomienda que las campañas se publiquen en los medios incluidos en el listado de medios o equivalentes proporcionado por la FNMT-RCM (Anexo I), garantizando así la alineación con los objetivos de comunicación establecidos. En caso de que se propongan medios equivalentes, deberá justificarse su idoneidad y contar con la aprobación previa de la FNMT-RCM.

6.- PRECIO.

No podrá aparecer en la oferta técnica referencia alguna al precio o a la oferta económica, atendiendo a lo dispuesto en el Pliego de Condiciones Particulares.

7.- CONDICIONES Y PLAZOS DE ENTREGA. TRANSPORTE.

No aplica.

8.- MONTAJE, INSTALACIÓN.

No aplica.

9.- DOCUMENTACIÓN.

Deberá presentarse la documentación correspondiente a la oferta/memoria técnica para la valoración de los criterios no evaluables mediante fórmulas establecidos en el Pliego de Condiciones particulares.

10.- GARANTÍAS

No aplica.



11.- PENALIZACIONES.

De acuerdo a lo establecido en el Pliego de Condiciones Particulares.

12.- ACLARACIONES SOBRE ELPLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS.

Para cualquier aclaración acerca del pliego de prescripciones técnicas, los interesados pueden contactar con José Luis Orozco Santiago (jlorozco@fnmt.es).

13.- OTRAS CUESTIONES.

Con el fin de simplificar el proceso de comparación y adjudicación del contrato, las ofertas deberán basarse exclusivamente en los siguientes formatos:

FORMATO: Roba Doble 300x600
NUMERO DE IMPRESIONES: 1.000.000.
SECCION: Home
SEGMENTACIÓN: IP España con frecuencia 3

FORMATO: Billboard 990x250
NUMERO DE IMPRESIONES: 1.000.000.
SECCION: Home
SEGMENTACIÓN: IP España con frecuencia 3

Madrid, a 9 de junio de 2025

Fdo.- José Miguel Fernández Lienres <i>Director Comercial</i>	Fdo.- José Luis Orozco Santiago <i>Jefe de Área del Servicio de Monedas Conmemorativas</i>
---	--

Anexo I (LISTADO DE MEDIOS O EQUIVALENTES).

Grupo Prisa: El País.

Unidad Editorial: El Mundo.

Grupo Planeta: La Razón, de tirada nacional.

Grupo Godó: La Vanguardia.

Prensa Ibérica (Nacionales y Regionales).

Grupo Vocento (Nacionales y Regionales).

Grupo Joly..

Grupo Noticias.

Grupo Promecal.

Blue-Media.