

UNIVERSITAT OBERTA DE CATALUNYA

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS

CONTRATO RELATIVO AL

**SERVICIO DE DESARROLLO DE LA CAMPAÑA DE NOTORIEDAD DE LA UNIVERSITAT
OBERTA DE CATALUNYA DEL 2022**

EXPEDIENTE NSE00001/2022

A TRAMITAR CON EL GANADOR DEL

**CONCURSO RESTRINGIDO DE IDEAS PARA EL DESARROLLO DE LA
CAMPAÑA DE NOTORIEDAD DE LA UOC DEL 2022**

EXPEDIENTE NÚM. CISE00001/2022

1. Objeto

El presente Pliego de prescripciones técnicas (PPT) del concurso tiene por objeto definir los requisitos técnicos y creativos que deben regir la contratación de una agencia creativa para llevar a cabo una campaña de notoriedad en España, tanto la definición de la idea creativa como la producción de las piezas publicitarias¹.

El proveedor (agencia creativa) tendrá que crear una idea para la campaña de notoriedad de la UOC, que contribuya al posicionamiento de la universidad en Cataluña e impulse su notoriedad en el resto de España. Además, también tendrá que crear y producir los originales y las diferentes adaptaciones de las distintas piezas, teniendo en cuenta tanto el target de la UOC y lo que este target busca en las diferentes plataformas (p. ej. RRSS), como el plan de medios de la campaña.

¹ A efectos del presente Concurso y del ulterior contrato de servicios que se adjudique al ganador, se entiende por servicio de producción de piezas publicitarias y promocionales el proceso de diseñar creatividades para los distintos canales, con formatos como textos, gráficos, imágenes, infografías, multimedia, etc. Dichas creatividades serán difundidas a través de soportes offline y online siguiendo las pautas y consignas determinadas por la UOC.

2. Objetivos

Los principales objetivos del Contrato son:

- Posicionar a la universidad, la marca y su oferta formativa tanto en Cataluña como en el resto de España.
- Crear una campaña que impacte en la mente del consumidor y genere recuerdo de marca de la UOC.
- Explicar la UOC y su modelo formativo de forma sencilla, cercana y divertida a las distintas audiencias de la universidad.
- Atraer a más estudiantes a todas las líneas de producto de la UOC.
- Dar a conocer los valores y cualidades UOC que nos diferencian de otras universidades (competencias digitales, proactividad y responsabilidad, etc.).
- Fomentar el compromiso con la UOC de sus distintas audiencias.

3. Ámbito actuación

El ámbito de actuación es España (ver “briefing” para las localizaciones) y el servicio debe tener por objeto dar a conocer la UOC, como universidad y su posicionamiento, a través de los distintos medios y canales de comunicación y difusión publicitaria.

Descripción de las tareas y servicios

La adjudicataria deberá realizar las siguientes acciones:

- Escucha activa e investigación del mercado: seguimiento de las redes sociales y del entorno digital y educativo para conocer el mercado y conocer la competencia.
- Conocer en profundidad la UOC.
- Crear una idea de campaña para los distintos canales (redes sociales, display, prensa, etc.).
- Diseñar y producir las piezas y sus copys para los diferentes medios/canales (siempre debe tenerse en cuenta la posibilidad de incluir nuevos formatos que puedan surgir en el mercado). De todo este material deben entregarse tanto los contenidos y documentación preparatoria generada en la elaboración de las piezas publicitarias y promocionales en ejecución del contrato (las artes finales) así como las piezas en su versión final preparadas y listas para su publicación (en archivos editables), previamente validadas por la UOC

Gestionar y obtener, a su cargo y en nombre de la UOC, las autorizaciones necesarias (consentimiento expreso e informado) para el uso de los derechos de imagen de las personas físicas identificadas o identificables que aparezcan en las piezas publicitarias y promocionales elaboradas a entregar a la UOC objeto del presente Contrato para que la UOC pueda hacer un uso pacífico de las mismas, en soportes online y offline, con el alcance previsto en el pliego de cláusulas particulares y en la

cláusula 4.6 del presente pliego, previa presentación a la UOC del modelo de documento para su revisión y validación.

- Gestionar y obtener a su cargo la transmisión de derechos, autorizaciones o licencias de uso de derechos de propiedad intelectual o industrial de obras o recursos de titularidad de terceros (independientemente del tipo de contenido o de su formato, entre otros, imágenes, recursos gráficos o infográficos, efectos sonoros, obras musicales, etc.) que la adjudicataria incorpore, a parte de los que han sido proporcionados por la UOC, en las piezas publicitarias y promocionales elaboradas a entregar a la UOC en ejecución del presente Contrato para que la UOC pueda hacer un uso pacífico, en soportes online y offline, con el alcance previsto en el pliego de cláusulas particulares y en la cláusula 4.6 del presente pliego. En caso de que la UOC lo requiriese, relación con la agencia de medios ya contratada por la UOC para optimizar las acciones.

4. Ejecución del servicio

4.1. Condiciones generales para la ejecución del servicio

En este apartado se describen las condiciones generales que rigen el servicio objeto del presente Contrato y que el adjudicatario deberá cumplir en todo caso.

- Se celebrarán encuentros virtuales entre los técnicos de la UOC y los de la adjudicataria, periódicos o discrecionales a petición de la UOC.
- Al inicio del período de prestación del servicio, y siempre que la UOC lo requiera para que se realice una correcta ejecución del servicio, tendrán que celebrarse reuniones semanales sin perjuicio de lo anterior.
- Deben asistir a estas reuniones, como mínimo, los interlocutores principales designados por cada una de las partes, pero también podrán asistir a ellas otras personas implicadas en los trabajos si alguna de las partes lo considera oportuno.
- Además de las reuniones virtuales síncronas, habrá otras vías de comunicación para el trabajo ordinario: el correo electrónico, el teléfono u otras, siempre en el contexto del trabajo de oficina. La intención es que la flexibilidad y las posibilidades sean máximas para que la relación resulte fluida y eficaz.
- La vía habitual de petición será el correo electrónico y plataformas de alojamiento de archivos Google Drive. A estos efectos, se pide que la adjudicataria disponga, como mínimo, de una dirección Google Drive, y que en las carpetas compartidas con la UOC sólo tengan acceso los miembros del equipo adscrito a la ejecución del Contrato.
- Llevar a cabo una adecuada gestión diaria del trabajo, siendo la adjudicataria responsable directa que ésta se desarrolle en forma y plazo, debiendo resolver, o comunicar con suficiente antelación a la UOC, cualquier incidencia que dificulte la consecución de los objetivos y timing del encargo.

- Los trabajos serán entregados en soporte digital en el idioma o los idiomas solicitados en cada caso. En cualquier caso, los idiomas solicitados serán principalmente catalán y castellano.
- Por las características propias del servicio, se pide que la adjudicataria cumpla con los servicios encargados por parte de la UOC en los plazos marcados por la universidad.
- La adjudicataria se compromete a prestar el servicio con la máxima rapidez y eficacia, utilizando a tal efecto los medios técnicos e informáticos, o de cualquier otra clase, que considere que mejor garantiza esta finalidad. Los medios utilizados para la prestación del servicio serán por cuenta de la adjudicataria.
- El departamento de Marketing de la UOC podrá rechazar, en cualquier momento, aquellas piezas que no se adapten a las condiciones previstas en el presente pliego de prescripciones técnicas.

4.2. Equipo humano necesario para el desarrollo del servicio

Por parte de la adjudicataria se designará un responsable del servicio como único interlocutor con la UOC, con la función de canalizar las comunicaciones, instrucciones, consultas y modificaciones que se produzcan en la ejecución del contrato así como llevar a cabo las actividades, en el ámbito de los servicios, necesarias para la correcta prestación de estos. El responsable del contrato de la UOC estará en estrecha colaboración con el responsable del contrato de la adjudicataria.

Para la ejecución del servicio se requiere que la adjudicataria cuente con un equipo humano que, como mínimo, debe estar formado por los siguientes perfiles (que deberán contar con una experiencia mínima de tres (3) años en el desempeño de tareas similares al objeto del servicio:

- Uno (1) Director creativo
- Uno (1) Gestor de cuentas, como responsable del servicio.
- Uno (1) Digital account manager
- Uno (1) Copy writing
- Uno (1) Arte Director
- Uno (1) Digital Video Editor
- Uno (1) Digital Programmer (gif, html)

El licitador deberá adjuntar una breve referencia curricular de los perfiles adscritos al contrato, que han de ser, como mínimo, los indicados en el listado previo.

4.3. Entregables

Para cumplir con la correcta prestación del servicio, la adjudicataria deberá presentar,

con carácter obligatorio, y en el siguiente orden, estos entregables:

- Propuesta creativa e informe justificativo.
- Piezas producidas en los siguientes formatos: imágenes (GIF, JPG, PNG), videos (AVI o MP4), etc. **Adicionalmente, el adjudicatario estará obligado a generar y mantener copias de seguridad de todas las piezas cuya elaboración esté incluida en el objeto del Contrato.**
- Archivo de los originales de los trabajos en soporte y ficheros informáticos generados desde los principales software de edición electrónica: Adobe Creative Cloud o en PDF, exportados en alta y en baja resolución, o en alguno otro formato que pida expresamente la UOC (xml, html, epub, mp3).
- Material en bruto.
- Piezas finales.
- En caso de ser necesario:
 - Proyecto del vídeo.
 - Vídeo/s final/es.
 - Piezas de vídeo producidas y editadas en su versión final.

Junto con la totalidad de los entregables, la adjudicataria se obliga a entregar a la UOC toda aquella documentación y/o contenidos elaborados en el marco de la preparación y desarrollo del servicio.

Desde el departamento de Marketing de la UOC se crearán y se etiquetarán una serie de carpetas estableciendo una estructura de carpetas compartidas entre la UOC y la adjudicataria, a través de Google Drive.

Flujos de corrección

Si hay que hacer correcciones, la UOC informará al proveedor y éste tendrá que realizar los cambios que la UOC considere oportunos antes de volver a entregar las piezas (cumpliendo los plazos del apartado 4.3 del PPT). Esta operación se podrá repetir hasta que la UOC dé el visto bueno con el objetivo de lograr el resultado gráfico final.

La UOC validará la versión final de todos los entregables incluidos en el apartado 4.3 del presente pliego .

Calidad del servicio

Los estándares de calidad se definen con el cumplimiento de las especificaciones técnicas detalladas por cada pedido. El trabajo no se dará por acabado hasta que la UOC no dé el visto bueno.

Los encargos entregados tendrán que reflejar toda la información y nivel de calidad

solicitados en el “briefing” y las indicaciones facilitadas por la UOC. Todos los trabajos entregados cumplirán con las guías de estilo de la UOC en cuanto al tratamiento de la marca e imagen corporativa de la UOC (véase anexo 5 del Pliego de Bases del concurso), excepto en el supuesto de que la UOC indique expresamente alguna otra consideración.

4.4. Estimación de las piezas de la campaña

A continuación se exponen los precios y las unidades de las piezas estimadas para la realización del servicio. La UOC podrá pedir volúmenes superiores o inferiores a las cifras estimadas. Las unidades de consumo se han calculado como título orientativo, para determinar el presupuesto base de esta licitación para desarrollar la campaña de notoriedad de la UOC para el 2022.

| Concepto/Producto | Precios unitarios máximos (IVA excluido) | Unidades |
|--|--|----------|
| Piezas off | | |
| Anuncio de prensa/revistes (pdf alta calidad) | 50€ | 7 |
| Piezas on | | |
| Display | | |
| Imagen (jpg, gif, html5) | 25€ | 14 |
| Banner dinámico (jpg, gif, html5) | 40€ | 51 |
| Otros formatos digitales (brand-day, pre-roll, smartclip, Connected tv, etc) | 100€ | 10 |
| XXSS | | |
| Feed (imagen, gif) | 35€ | 40 |
| Carrousel (imagen, gif) | 30€ | 12 |
| Story (imagen, gif) | 50€ | 40 |
| Reel (imagen, gif) | 100€ | 10 |
| Otros formatos digitales (mini-video, canvas, etc.) | 600€ | 10 |
| TOTALES | | |
| | 14.500€ | 194 |

4.5. Acuerdos del nivel del servicio

Se considerará que la adjudicataria incumple las obligaciones derivadas del presente Contrato y se procederá a la imposición de penalidades en caso de que se incumplan las siguientes obligaciones:

- La adjudicataria debe velar para que el servicio esté cubierto en todo momento, y debe comprometerse a dar una respuesta a todas las incidencias asociadas a la ejecución (que la UOC pueda plantear): retrasos en la entrega de los materiales entregables, problemas técnicos en el proceso de producción que puedan surgir, etc. La respuesta a las incidencias deberá producirse en un

plazo máximo de 24 horas a contar desde su comunicación a la adjudicataria (a excepción de fines de semana y festivos).

- La adjudicataria se compromete a entregar el trabajo solicitado en el máximo de 24 horas/48 horas en función de si se trata de un plazo extraordinario (24 horas) u ordinario (48 horas) (a excepción de fines de semana y festivos), desde la fecha acordada de entrega del pedido, y habiendo dispuesto del material y la información necesaria para realizarlo.

4.6. Propiedad intelectual

Todos los derechos de propiedad intelectual e industrial sobre los contenidos, documentación y recursos (independientemente de su formato) facilitados por la UOC a la adjudicataria para la ejecución del Contrato es de titularidad de la UOC o ésta dispone de un título válido suficiente para autorizar su uso.

La UOC autoriza a la adjudicataria su uso con la finalidad exclusiva de ejecutar las prestaciones objeto del Contrato, siempre que se respeten en todo caso los términos del presente PCP y las especificaciones que se detallan en el PPT. En este sentido, queda expresamente prohibido a la adjudicataria el uso de los mencionados contenidos para finalidades diferentes fuera del estricto cumplimiento del Contrato, salvo autorización expresa y por escrito de la UOC con indicación de las concretas condiciones de uso. La adjudicataria no adquirirá, por virtud del presente Contrato, titularidad alguna sobre los derechos de autor, marcas o cualesquiera otros derechos de propiedad intelectual y/o industrial de titularidad de la UOC.

Por medio del presente Contrato, la adjudicataria cede en exclusiva en la UOC la titularidad de todos los derechos patrimoniales de explotación (propiedad intelectual) de todos los contenidos (entre ellos, la expresión de la propuesta de idea creativa de campaña de notoriedad de la UOC) y de entregables generados y entregados a la UOC como resultado de la ejecución del presente Contrato, así como de la documentación preparatoria de los mismos.

La cesión comprende los derechos de uso, exposición, reproducción, distribución, transformación (incluyendo la creación de obras derivadas) y comunicación pública (incluida la puesta a disposición), para su explotación y comercialización, en todo o en parte, en castellano, catalán e inglés, con cualquier finalidad, sin limitación geográfica, en cualquier soporte, formato o modalidad de explotación conocida o futura (online y offline) durante el periodo máximo legal de protección de las obras (hasta que entren en el dominio público) con el alcance previsto la presente cláusula y en el correspondiente PCP. La UOC explotará las piezas promocionales y publicitarias elaboradas por la adjudicataria con fines comerciales y publicitarios durante un plazo de tres (3) años, a contar a partir de la fecha de publicación de las piezas por parte de la UOC. **Finalizado este plazo temporal de tres (3 años), la UOC**

ejercitará los derechos de explotación sobre los entregables sin realizar acciones directas de promoción o publicidad sobre los mismos, y se utilizarán exclusivamente con finalidades de archivo, y docencia.

5. Confidencialidad

La adjudicataria se obliga a tratar como confidencial y reservada toda la información, contenidos y documentación, en formato tangible o intangible, que le facilite la UOC, a la que tenga acceso o la que elabore y entregue, antes de la publicación o difusión por la UOC, en el marco de la ejecución del presente Contrato (en adelante, la Información).

La adjudicataria acuerda no revelar, comunicar, publicar, enseñar, editar, reproducir, extraer o, en general, divulgar la Información a terceros bajo ninguna forma oral o escrita, cualquiera que sea su relación con éstos, sea directa o indirectamente, de forma gratuita u onerosa, sin la expresa autorización por escrito de la UOC, excepto a sus trabajadores, colaboradores o subcontratistas, con la condición que éstos también mantengan la confidencialidad y solo en la medida que sea necesario para la correcta ejecución del Contrato.

. La adjudicataria comunicará inmediatamente a la UOC cualquier encargo de trabajo o cliente con el que trabaje que pertenezca al sector educativo, universitario que esté relacionado con el proyecto objeto del presente Contrato.

La empresa adjudicataria pedirá permiso expreso y por escrito a la UOC para poder publicar en su web o en cualquiera de sus materiales información, publicidad, el logotipo, la denominación de la UOC o imágenes de los trabajos hechos para la UOC en el marco del presente Contrato.

Barcelona, a 1 de febrero de 2022.

Silvia Soler García
Directora del Área de Marketing
Universitat Oberta de Catalunya