

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DE LA “CAMPAÑA INSTITUCIONAL DE COMUNICACIÓN RADIOFÓNICA DE LA APAT” 2009.

1. Objeto del contrato:

Este contrato tiene por objeto la contratación de una campaña institucional de comunicación radiofónica para informar a los ciudadanos de sus derechos y obligaciones en materia de tributación y recaudación local encomendada a la Agencia Provincial de Administración Tributaria -APAT-, así como de los servicios que este organismo autónomo presta y de las funciones que ejerce como ente instrumental de la Diputación Provincial de Granada.

2º. Objetivos de la Campaña.

El contrato deberá asegurar dar la máxima difusión de todos los servicios que la Agencia Provincial de Administración Tributaria pone a disposición de los ciudadanos en el desarrollo de las funciones que tiene atribuidas, informándoles de sus derechos y obligaciones.

Como principales objetivos podemos destacar:

- La imagen real y positiva en todo lo relativo a la APAT como un instrumento provincial público de recaudación para los Ayuntamientos, haciendo ver a la ciudadanía la importancia de su labor y la traducción que esas aportaciones económicas tienen al desarrollo de los servicios de los municipios. La consecución de este fin podrá repercutir de forma directa en el éxito del pago de impuestos en tiempo y forma en periodos “voluntarios” y de esta forma en el mejor desarrollo de la labor recaudatoria en general. Es necesario que se conozca a la APAT como el organismo de la Diputación de Granada encargado de aplicar los tributos locales de la provincia en términos positivos de gestión pública profesional, imparcial y eficiente al servicio de los Ayuntamientos de la provincia y de los contribuyentes.
- La determinante importancia en la actual coyuntura de informar a los ciudadanos de sus derechos y obligaciones en materia de la tributación local encomendada a la APAT, de su funcionamiento y de las condiciones de acceso a los servicios y funciones que desempeña, especialmente en los casos de acceso electrónico. En definitiva dar a conocer la existencia de la APAT, su labor y todas las opciones tecnológicas que ofrece en estos momentos y que pueden facilitar de una forma muy importante la obligación de la ciudadanía de pagar sus impuestos

En definitiva, se pretende conseguir que cuando en un hogar de la provincia de Granada se reciba una notificación de la APAT, la ciudadanía tenga un mejor conocimiento de su sentido y significado y sepa cuál es el trámite que procede de acuerdo con una correcta actitud ciudadana en el cumplimiento de las obligaciones fiscales locales, y su relación con el interés público y el bienestar colectivo.

3º Líneas de la campaña, lema y soportes de comunicación.

-Las líneas de la campaña radiofónica y la imagen de comunicación deben tener presente:

- Reflejar un espíritu de organismo dinámico, moderno, y positivo en la medida de que entre todos contribuimos al desarrollo de nuestra provincia.
- Plantear una campaña motivadora y con un alto nivel de recuerdo por lo que se entiende que la propuesta creativa debe contener obligatoriamente un LEMA que recoja el espíritu de la campaña.
- Dirigir la campaña a todos los ciudadanos de la provincia de Granada que tienen que relacionarse con la Agencia como consecuencia del pago de sus tributos.

-Los medios o soportes de comunicación:

Una provincia como ésta con una sinuosa orografía el sistema de difusión más eficaz es la radio. Una campaña de comunicación institucional mediante este medio de comunicación puede generar una mayor efecto entre la ciudadanía independientemente del lugar en el que viva y del tipo de medios de comunicación que habitualmente “consuman”.

Formatos de radiodifusión de la campaña:

Formato	<ul style="list-style-type: none"> • Cuñas informativas. • Microespacios radiados 4/5 minutos. • Intervenciones en programas informativos preexistentes de ámbito provincial.
---------	--

Contenidos mínimos de las cuñas informativas	<ul style="list-style-type: none"> ↗ Tributos puestos al cobro. ↗ Lugares de cobro. ↗ Oficinas y horario. ↗ Formas de pago. ↗ Las ventajas del correo electrónico. ↗ Oficina virtual: Oficina de la APAT 24 horas
--	---

	365 días al año.
--	------------------

<p>Contenidos microespacios radiados</p> <p>(Entrevistas, información, anuncios)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Las funciones de la APAT. 2) ¿Dónde va el dinero que recauda la APAT? 3) La red de oficinas de la APAT. 4) La oficina virtual de la APAT para el contribuyente.- Relación de servicios. 5) La oficina virtual de la APAT para el contribuyente.- Expedición de recibos duplicados en periodo voluntario y modificación de datos. 6) La oficina virtual de la APAT para el contribuyente.- El acceso a través de Entidades Colaboradoras. 7) La oficina virtual de la APAT para el contribuyente.- El acceso a través de certificados digitales y del DNle. 8) Consultas y pago de tributos a través de la Oficina Virtual. 9) Autoliquidaciones del IVTM mediante la Oficina Virtual. 10) Las ventajas del correo electrónico. 11) Los periodos de cobranza: la ordenación de la recaudación. 12) La APAT garantía de solidaridad y justicia del sistema tributario local. 13) La gestión catastral de la APAT. 14) Los embargos de cuentas corrientes y las garantías de seguridad jurídica y rápida corrección en la gestión. 15) La devolución de ingresos indebidos. 16) Las ventajas de domiciliar el pago de los recibos. 17) El pago de recibos a través de Entidades bancarias colaboradoras en la recaudación 18) Cómo enterarse de lo que tengo que pagar. 19) Cómo y cuándo recurrir cuando no estoy conforme o ha habido un error. 20) Quiénes me pueden ayudar en caso de duda. 21) La APAT organismo de la Diputación Provincial que hace realidad la autonomía tributaria local. 22) La APAT garantía de liquidez para las arcas municipales (anticipos).
--	--

4º Dirección de los trabajos.

La supervisión y dirección institucional de la Campaña y la resolución de cualquier consulta que pudiera suscitarse respecto a su ejecución corresponderá al Gabinete de Comunicación de la Diputación provincial de Granada.

La empresa adjudicataria destinará al proyecto un Coordinador que será el interlocutor entre la Administración y la empresa. Este coordinador estará dedicado, en todo momento, a vigilar el desarrollo de los trabajos, garantizar el cumplimiento de las condiciones establecidas y resolver los problemas que se planteen en la ejecución del trabajo.

5º Duración de la campaña.

La duración de la campaña será de 3 meses desde la firma del correspondiente contrato.

6º Presupuesto del contrato

El contrato tendrá un presupuesto de 50.000 € + 16% IVA.

7º Documentación técnica a presentar por las empresas licitadoras.

Los licitadores además de la documentación exigida en el Pliego de cláusulas administrativas particulares, deberán incluir, como mínimo, la siguiente documentación técnica:

- **Estrategia creativa:** Líneas directrices y lema de la campaña.
- **Estructura y difusión de la campaña:** frecuencia y duración de las cuñas y microespacios, franja horaria, medios utilizados, alcance y difusión de la misma.
- **Avance** del contenido de las cuñas y microespacios (su determinación final corresponderá, una vez adjudicado el contrato, a la dirección institucional de la campaña).

8º Criterios de valoración de las ofertas

- Propuesta de estrategia creativa apropiada a los fines previstos.....20%
- Propuesta de estructura y difusión de la campaña:20%
- Propuesta de avance del contenido de la campaña.....20%
- Mejor precio.....15%
- Producción original de la imagen institucional de la APAT.....10%
- Adaptación de los mensajes a cada zona de la provincia.....10%
- Mejoras sobre el contenido de los pliegos.....5%

La evaluación técnica de las ofertas, conforme a los criterios de valoración del presente Pliego, corresponde al Gabinete de Comunicación de la Diputación Provincial de Granada.

9º Confidencialidad.

La empresa adjudicataria y el personal que intervenga en la ejecución de este contrato, deberán cumplir con el deber de secreto o confidencialidad sobre los datos o informaciones de los que tenga conocimiento durante la ejecución del mismo, estando obligados a no hacer públicos o enajenar cuantos datos conozcan como consecuencia o con ocasión de su ejecución, incluso después de finalizar el plazo contractual (artículo 12 de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre).

Igualmente serán de aplicación las disposiciones de desarrollo de la norma anterior que se encuentren en vigor en la fecha de adjudicación de este contrato o que puedan estarlo durante su vigencia. A efectos de cumplimiento de lo recogido en el inicio de este párrafo, el contratista se compromete explícitamente a formar e informar a su personal de las obligaciones que dimanen de lo establecido en estas normas.

Todos los datos manejados por el contratista derivados de la prestación contratada, incluyendo los soportes utilizados (papel, fichas, disquetes, cintas, CD, etc....) serán propiedad de la Diputación Provincial de Granada, sin que el contratista pueda conservar copia o utilizarlos con fin distinto al que figura en el contrato.

10º Derechos de Propiedad Intelectual e Industrial.

La adjudicataria estará obligada a cumplir con todas las disposiciones vigentes relacionadas con la propiedad industrial e intelectual, concretamente con el Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, de aprobación del Texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, que regulariza, aclara y armoniza las disposiciones legales vigentes sobre la materia; con la Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas y el Real Decreto 687/2002, de 12 de julio, que la desarrolla; con la Ley 20/2003, de 7 de julio, de protección jurídica del diseño industrial; con la Ley 19/2006, de 5 de junio, que amplía los medios de tutela de los derechos de la propiedad intelectual e industrial y establece normas procedimentales para facilitar la aplicación de diversos reglamentos comunitarios y con la restante normativa que la desarrolla o que la pueda sustituir.

La adjudicataria cede a la Diputación provincial de Granada todos los derechos de autoría y de explotación, incluyendo la explotación en Internet, sobre las obras y creaciones producidas y sobre los datos que se puedan derivar de la presente contratación en cualquier forma. Concretamente cede los siguientes derechos:

- Derecho de reproducción en forma gráfica incluido el material punto de venta, sonora, visual y audiovisual, y/o en cualquier otro forma o tipos de soporte, por cualquier tipo de procedimiento, analógico, digital u otros.
- Derecho de comunicación pública, o sea, su representación y ejecución por todos los medios y procedimientos a partir de soportes sonoros y/o audiovisuales, su emisión, por cualquier medio de retransmisión y de difusión actualmente existentes.
- Derecho de transformación, o sea, la actualización, la traducción, adaptación, arreglo, y cualquiera otra modificación de su forma que pueda derivar en otra obra o creación.
- Derecho de distribución.

La cesión de los derechos de explotación a la Diputación Provincial de Granada en cualquier forma y modalidad, incluida la explotación en red reviste carácter de exclusiva por todo el tiempo que tarde la obra en pasar a dominio público y se otorga por el ámbito territorial universal.

La adjudicataria asume la obligación de responder, de forma solidaria, frente a cualquier reclamación que la Diputación Provincial de Granada o la Agencia Provincial de Administración Tributaria pueda recibir como consecuencia de la explotación, de las piezas, creaciones y datos objeto de la presente contratación.

Granada a 23 de Julio de 2009
LA DIRECTORA DEL GABINETE DE COMUNICACIÓN
DE LA DIPUTACIÓN PROVINCIAL DE GRANADA

Fdo.: Silvia Muñoz Pérez