

CONTESTACIÓN A CONSULTAS DE LA LICITACIÓN 6011900391 – SERVICIO PARA LA REALIZACIÓN DEL DISEÑO, CREATIVIDAD Y PRODUCCIÓN DE DOS CAMPAÑAS PUBLICITARIAS DE METRO DE MADRID S.A.

Consulta 1:

Cuando en los pliegos se indica "como mínimo las piezas a desarrollar serán la creatividad para radio, prensa, televisión, cine, internet, dispositivos móviles y publicidad exterior" ¿a qué piezas se hace referencia exactamente para dispositivos móviles?

Respuesta 1:

En relación a su consulta, informarles de que aplica la misma respuesta que la proporcionada para la consulta 1 del documento "6011900391_Aclaraciones_1_PPT" publicado en la plataforma SRM.

Consulta 2:

Donde dice:

Propuesta gráfica para prensa/ exterior en formato PDF, adaptada a los siguientes formatos: 120x180 cm y 200x150 cm.

¿Significa que?:

En esta fase de concurso tenemos que presentar un único original para la gráfica en dos formatos, vertical y horizontal.

Respuesta 2:

En relación a su consulta, informarles de que deberán presentar un original de la gráfica en los dos formatos que se especifica en el apartado 4. DOCUMENTACIÓN A PRESENTAR EN LA OFERTA TÉCNICA del Pliego de Prescripciones Técnicas que rige la licitación.



Consulta 3:

Donde dice:

Propuesta creativa adaptada a móvil.

¿Significa que?

No queda definido el formato de presentación para este medio.

Respuesta 3:

En relación a su consulta, informarle de que aplica la misma respuesta que la proporcionada en este documento para la consulta nº 1.

Consulta 4:

Donde dice:

Concretamente cede los siguientes derechos: Derecho de reproducción en forma gráfica incluido el material de punto de venta, sonora, visual y audiovisual, y/o en cualquier forma o tipos de soporte, por cualquier tipo de procedimiento, analógico, audiovisual u otros.

¿Significa que?

**La campaña audiovisual debe cubrir derechos de reproducción para TV, cine y punto de venta Metro (estaciones) para 12 meses en el caso de la campaña Institucional y 15 meses para el caso de la campaña de Navidad acotado a la Comunidad de Madrid + Internet con IP universal
La campaña de radio debe cubrir derechos para reproducción en radio off y no rotará en radio digital.**

La campaña con presencia en mobile deberá cubrir derechos para IP universal.se

Respuesta 4:

En relación a su consulta, informarles de que la campaña audiovisual debe cubrir derechos de reproducción para TV, cine y punto de venta Metro (estaciones) para 12 meses en el caso de la campaña Institucional y 15 meses para el caso de la campaña de Navidad acotado a la Comunidad de Madrid + Internet con IP Madrid.

Asimismo, la campaña de radio debe cubrir derechos para reproducción en radio off y radio digital con IP Madrid, al igual que, la campaña con presencia en mobile deberá cubrir derechos para IP Madrid.



Consulta 6:

Querríamos realizarles una consulta de cara a valorar el número de assets que sería necesario producir para el plan de medios, ¿podrían mandarnos por favor un plan de medios tipo que hayan empleado en campañas anteriores para tener de referencia? o en su defecto indicarnos el número de assets habituales para cada medio /soporte.

Respuesta 6:

En relación a su consulta, informarle de que no es posible proporcionar la información que solicitan debido a las características de cada campaña, las cuales, podrán tener un plan de medios diferente, y, además, varias oleadas.

En Madrid, a 21 de octubre de 2019.