

## ANEXO I

### ESPECIFICACIONES DEL CONTRATO

**1. Objeto del contrato:** Contratación, a través de agencias de publicidad o comunicación, de la planificación y compra de espacios en diversos medios y soportes de comunicación. El objeto se divide en cuatro lotes.

LOTE I: publicidad constante en prensa escrita

LOTE II: publicidad constante en emisoras de radio

LOTE III: publicidad constante en televisiones locales

LOTE IV: publicidad constante en medios digitales

**TRAMITACIÓN:** ordinaria

**PROCEDIMIENTO:** abierto

**2. CLASIFICACIÓN DE PRODUCTOS POR ACTIVIDADES (CPV08):**79341200-8.Servicios de Gestión Publicitaria.

**3. PERFIL DE CONTRATANTE:**

<http://www.logronodeporte.es/web/wf-menu-config/transparencia/item/229-perfil-del-contratante>

**4. VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO (incluidas modificaciones y prórrogas en su caso):**

Considerando que en el presente contrato no se contemplan prórrogas ni modificaciones posibles, ni abono de primas o pagos a los candidatos licitadores, se establece el valor estimado del contrato en 74.750 euros (no incluye el IVA).

LOTE I:

CONCEPTO	BASE	IVA	PRESUPUESTO
Inversión en medios de comunicación	16.250,00 €	3.412,50 €	19.662,50 €
Honorarios de agencia	2.438,00 €	511,98 €	2.949,98 €
<b>TOTAL</b>	<b>18.688,00 €</b>	<b>3.924,48 €</b>	<b>22.612,48 €</b>

LOTE II:

CONCEPTO	BASE	IVA	PRESUPUESTO
Inversión en medios de comunicación	16.250,00 €	3.412,50 €	19.662,50 €
Honorarios de agencia	2.438,00 €	511,98 €	2.949,98 €
<b>TOTAL</b>	<b>18.688,00 €</b>	<b>3.924,48 €</b>	<b>22.612,48 €</b>

LOTE III:

CONCEPTO	BASE	IVA	PRESUPUESTO
Inversión en medios de comunicación	9.750,00 €	2.047,50 €	11.797,50 €
Honorarios de agencia	1.463,00 €	307,23 €	1.770,23 €
<b>TOTAL</b>	<b>11.213,00 €</b>	<b>2.354,73 €</b>	<b>13.567,73 €</b>

LOTE IV:

CONCEPTO	BASE	IVA	PRESUPUESTO
Inversión en medios de comunicación	22.750,00 €	4.777,50 €	27.527,50 €
Honorarios de agencia	3.413,00 €	716,73 €	4.129,73 €
<b>TOTAL</b>	<b>26.163,00 €</b>	<b>5.494,23 €</b>	<b>31.657,23 €</b>

**PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN:**

Del valor estimado del contrato, 74,750 euros más IVA, los adjudicatarios deben invertir la totalidad del presupuesto destinado a la compra de espacios publicitarios, 65.000 euros más IVA.

El presupuesto base de licitación por lo tanto, es el destinado a honorarios de agencia, marcándose los máximos de esta manera:

LOTE I: publicidad constante en prensa escrita.  
2.438 euros más IVA para el pago de honorarios.

LOTE II: publicidad constante en emisoras de radio.  
2.438 euros más IVA para el pago de honorarios.

LOTE III: publicidad constante en televisiones locales.  
1.463 euros más IVA para el pago de honorarios.

LOTE IV: publicidad constante en medios digitales.  
3.413 euros más IVA para el pago de honorarios.

**5. PLAZO DE EJECUCIÓN:** Desde el 1 de mayo hasta el 31 de diciembre de 2021. Sin posibilidad de prórrogas.

**6. PAGO DEL PRECIO:** Mediante facturas mensuales previamente conformadas por los técnicos de Logroño Deporte.

**7. REVISIÓN DE PRECIOS:** No procede.

**8. PRÓRROGA DE LAS PRESTACIONES:** No caben prórrogas

**9. ADMISIÓN DE VARIANTES:** NO

**10. PENALIDADES:** Las previstas en la cláusula 16 de este Pliego y el régimen de infracciones y sanciones previsto en las prescripciones técnicas relación al desarrollo del objeto del contrato.

**11. GARANTÍAS EXIGIDAS:**

Provisional: *NO*

Definitiva (para cada lote): Ordinaria del 5% del importe de adjudicación.

**12. EN SU CASO, HABILITACIÓN EMPRESARIAL O PROFESIONAL:** No procede

**13. PLAZO DE GARANTÍA:** Mínimo de 1 año.

**14. CLASIFICACIÓN COMO CONTRATISTA DE SERVICIOS:** no procede

**15. CRITERIOS PARA LA APRECIACIÓN DE OFERTAS CON VALORES ANORMALES O DESPROPORCIONADOS.**

Los determinados en el artículo 85 del reglamento General de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas, aprobado por Real Decreto Legislativo 1098/2001, de 12 de octubre.

**16. PREFERENCIAS EN LA ADJUDICACIÓN (trabajadores con discapacidad, empresas de inserción, entidades sin ánimo de lucro y Organizaciones de Comercio Justo):** *No procede*

**17. CRITERIOS DE SELECCIÓN en función de los medios de acreditación reseñados en los artículos 75 y 78 del TRLCSP y 67 del RGLCAP.**

Los licitadores presentarán el modelo de declaración responsable de cumplimiento de las condiciones referidas a la solvencia económica, financiera y técnica o profesional, que se ajustará al modelo que consta como Anexo II y en cualquier caso, de resultar adjudicatarios, deberán acreditar dicha solvencia por alguno de los siguientes medios:

**1. De solvencia económica y financiera:**

Declaraciones apropiadas de entidades financieras o, en su caso, justificante de la existencia de un seguro de indemnización por riesgos profesionales.

**2. De solvencia técnica o profesional:**

Una relación de los principales trabajos realizados en los últimos tres años que incluya importe, fechas y el destinatario, publico o privado, de los mismos. Los servicios o trabajos efectuados se acreditarán mediante certificados expedidos o visados por el órgano competente, cuando el destinatario sea una entidad del sector público; cuando el destinatario sea un sujeto privado, mediante un certificado expedido pro éste o a falta de este certificado, mediante una declaración del empresario.

Titulaciones académicas y experiencia profesional del empresario y del personal al servicio del contrato.

**3. Compromiso de medios personales o materiales, conforme al artículo 64 de TRLCSP:** El licitador cuya oferta resulte la mejor valorada presentará, este compromiso mediante la cumplimentación del **Anexo X**

En todo caso el órgano de contratación, en orden a garantizar el buen fin del procedimiento, podrá recabar, en cualquier momento anterior a la adopción de la propuesta de adjudicación, que los licitadores aporten documentación acreditativa del cumplimiento de las condiciones establecidas para ser adjudicatario del contrato.

## **18. CRITERIOS DE VALORACIÓN DE LAS OFERTAS:**

Los lotes se valorarán por separado, y la puntuación obtenida por una empresa en un lote no influirá en otro (en el caso de que se presenten propuestas para varios), ni se aceptará que la oferta de un lote vaya condicionada a la de otro.

Todos los lotes serán valorados en función de los mismos criterios de valoración.

Establecidas las propuestas que cumplen con todas las especificaciones detalladas en este pliego, serán calificadas de acuerdo a los siguientes criterios de valoración:

Sobre un máximo de 100 puntos:

**51** puntos para la oferta económica:

Los puntos se calcularán **sobre la partida destinada a pago de honorarios** a la empresa adjudicataria. Por lo tanto, no se tendrá en cuenta para el cálculo de los puntos obtenidos la partida destinada a compra de espacios publicitarios cuya importe debe ser empleado por completo.

Por lo tanto, se valorará la oferta sobre los siguientes importes:

LOTE I, máximo 2.438 euros más IVA.

LOTE II, máximo 2.438 euros más IVA.

LOTE III, máximo 1.463 euros más IVA.

LOTE IV, máximo 3.413 euros más IVA.

**49** puntos para la oferta técnica:

Planificación de medios:

Para la valoración de la oferta técnica se tendrá en cuenta el **alcance de las acciones publicitarias entre nuestro público objetivo**, para lo que se tendrán en cuenta los siguientes aspectos:

número de inserciones.

características de las inserciones según descrito en el presente pliego (formato, duración, ubicación, color, horario, tamaño, etc.)

audiencia del soporte en el que se producen las inserciones (cantidad y coincidencia con nuestro público objetivo), y distribución del presupuesto entre los medios en función de la audiencia.

refuerzo de las acciones publicitarias en las redes sociales.

Se valorará el plan de medios propuesto por la empresa licitadora teniendo en cuenta la eficacia de la misma, la rentabilidad obtenida por la inversión económica realizada, así como el cumplimiento de los valores establecidos.

No es condición obligatoria cumplir de manera exacta los porcentajes marcados en este pliego de condiciones técnicas, pero sí serán mejor valoradas aquellas propuestas que más se acerquen a cada uno de esos porcentajes.

No cumplir con los mínimos establecidos en el pliego no permitirá obtener puntuación.

De la oferta para cada tipo de medio de comunicación se tendrán en cuenta:

en radio:

el número de inserciones

el formato, ajustado a lo descrito en las prescripciones técnicas.

la duración de cada inserción.

ubicación en la parrilla.

se valorarán las inserciones en días y horarios de mayor audiencia, o en aquellos con una audiencia apropiada cualitativamente a nuestros intereses.

audiencia de las emisoras propuestas, y la proporcionalidad entre ellas.

coincidencia del tipo de audiencia con nuestro público objetivo.

otros aspectos que puedan aportar en su plan las empresas licitadoras.

el refuerzo en las redes sociales.

en prensa escrita:

el número de inserciones

el formato, ajustado a lo descrito en las prescripciones técnicas.

el tamaño de las inserciones, que puede ser de una página o media página.

ubicación en las publicaciones.

se valorará el compromiso de las inserciones en días de mayor difusión, en páginas impares, etc.

difusión de los medios propuestos y la proporcionalidad entre ellos.

coincidencia del tipo de audiencia con nuestro público objetivo.

otros aspectos que puedan aportar en su plan las empresas licitadoras.

el refuerzo en las redes sociales.

en televisión:

el número de apariciones

el formato, ajustado a lo descrito en las prescripciones técnicas.

la duración de cada inserción.

ubicación en la parrilla.

se valorarán las inserciones en días y horarios de mayor audiencia, o de audiencia cualitativamente apropiada a nuestros intereses.

el espacio a patrocinar

audiencia de los medios propuestos y la proporcionalidad entre ellos.

coincidencia del tipo de audiencia con nuestro público objetivo.

otros aspectos que puedan aportar en su plan las empresas licitadoras.

el refuerzo en las redes sociales.

en medios digitales:

el número de inserciones

el formato, ajustado a lo descrito en las prescripciones técnicas.

el tamaño de las inserciones.

ubicación en las inserciones dentro de la portada del medio.

se valorarán las inserciones a las que el usuario tenga un acceso más rápido.

difusión de los medios propuestos y la proporcionalidad entre ellos.

coincidencia del tipo de audiencia con nuestro público objetivo.

otros aspectos que puedan aportar en su plan las empresas licitadoras.

Cruzando las características de cada propuesta para cada medio, se valorará cada oferta de acuerdo al siguiente cuadro por tipo de medio de comunicación, tratando de encontrar la oferta más compensada.

	<b>Propues- ta econó- mica</b>	<b>Número de inser- ciones</b>	<b>Formato, ubicación, tamaño...</b>	<b>Distribu- ción de in- versión en- tre medios</b>	<b>Apoyo en las redes sociales</b>	<b>TOTAL</b>
<b>PUNUA- CIÓN MÁXI- MA</b>	51	18	13	8	10	100
<b>Empresa 1</b>		-	-			-
<b>Empresa 2</b>		-	-			-
<b>Empresa 3</b>		-	-			-

Corte técnico: no se valorarán propuestas que no alcancen un mínimo de 36 puntos en cada uno de los tipos de medios de comunicación.

La valoración de la oferta económica se efectuará de conformidad con la fórmula matemática establecida en el pliego de prescripciones administrativas, cláusula 24<sup>a</sup>

En orden a la valoración de los criterios antedichos, los licitadores presentarán cuantos documentos, memorias, justificantes, etc. acrediten el cumplimiento del contenido de sus proyectos y ayuden a Logroño Deporte S.A., a la consideración global de la capacidad de cada entidad licitadora, no valorándose la falta de documentos imprescindibles tales, como, fotocopias de curriculum, especificación del contrato y horas de trabajo, etc.

**19. PLAZO DE PRESENTACIÓN DE OFERTAS:** 15 días naturales a contar desde el día siguiente a la publicación del anuncio de licitación en la Plataforma de Contratación del Estado (PLACE)

**20. FECHA/HORA DE APERTURA DE PROPOSICIONES “SOBRE B”:** Se dará a conocer, al menos con 24 horas de antelación, a través del Perfil de Contratante.

**21. LEYENDA DE LA PROPOSICIÓN:** PROPOSICIÓN PARA TOMAR PARTE EN LA CONTRATACION, A TRAVES DE AGENCIAS DE PUBLICIDAD O COMUNICACIÓN, DE LA PLANIFICACION Y COMPRA DE ESPACIOS EN DIVERSOS MEDIOS Y SOPORTES DE COMUNICACIÓN

LOTE I: PUBLICIDAD CONSTANTE EN PRENSA ESCRITA

LOTE II: PUBLICIDAD CONSTANTE EN EMISORAS DE RADIO

LOTE III: PUBLICIDAD CONSTANTE EN TELEVISIONES LOCALES

## LOTE IV: PUBLICIDAD CONSTANTE EN MEDIOS DIGITALES

**22. SUBCONTRATACIÓN:** No se prevé, salvo autorización expresa de Logroño Deporte.

**23. SUBROGACIÓN:** No procede

**24. MODIFICACIÓN DEL CONTRATO:** No procede

### **25. CONDICIÓN ESPECIAL DE EJECUCIÓN**

Se establece como **Condición Especial de Ejecución** de este contrato la siguiente:

"Los licitadores se comprometen a que la ejecución de este contrato cumpla con la política de "Papel Cero", por la que se busca preservar el medio ambiente. Así todos los documentos generados desde la firma del contrato serán única y exclusivamente digitales, excepto en los casos en que sea imprescindible utilizar el papel y tras autorización expresa de Logroño Deporte."

### **26. INFORMACION DE CONTACTO:**

Juan Luis Rodriguez

Técnico de Planificación y Marketing de Logroño Deporte, S.A.

Teléfono de contacto 941 27 70 55

[jlrodriguez@logrono.es](mailto:jlrodriguez@logrono.es)