

## 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 tres lotes.

LOTE I: publicidad constante en prensa escrita

LOTE II: publicidad constante en emisoras de radio

LOTE III: publicidad constante en medios digitales

**TRAMITACIÓN:** ordinaria

**PROCEDIMIENTO:** abierto

**2. CLASIFICACIÓN DE PRODUCTOS POR ACTIVIDADES (CPV08):** 79341000-6, Servicios de Publicidad.

**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):**

LOTE I:

CONCEPTO	BASE	IVA	PRESUPUESTO
Inversión en medios de comunicación	40.300,00 €	8.463,00 €	48.763,00 €
Honorarios de agencia	6.045,00 €	1.269,45 €	7.314,45 €
<b>TOTAL</b>	<b>46.345,00 €</b>	<b>9.732,45 €</b>	<b>56.077,45 €</b>

LOTE II:

CONCEPTO	BASE	IVA	PRESUPUESTO
Inversión en medios de comunicación	42.900,00 €	9.009,00 €	51.909,00 €
Honorarios de agencia	6.435,00 €	1.351,35 €	7.786,35 €
<b>TOTAL</b>	<b>49.335,00 €</b>	<b>10.360,35 €</b>	<b>59.695,35 €</b>

LOTE III:

CONCEPTO	BASE	IVA	PRESUPUESTO
----------	------	-----	-------------

<b>Inversión en medios de comunicación</b>	46.800,00 €	9.828,00 €	56.628,00 €
<b>Honorarios de agencia</b>	7.020,00 €	1.474,20 €	8.494,20 €
<b>TOTAL</b>	53.820,00 €	11.302,20 €	65.122,20 €

**PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN:**

- I. LOTE I: Publicidad constante en prensa escrita. 46.345 euros más IVA.
  - A. 40.300 euros más IVA para la compra de espacios publicitarios.
  - B. 6.045 euros más IVA para el pago de honorarios.
  
- II. LOTE II: Publicidad constante en emisoras de radio. 49.335 euros más IVA.
  - A. 42.900 euros más IVA para la compra de espacios publicitarios.
  - B. 6.435 euros más IVA para el pago de honorarios.
  
- III. LOTE III: Publicidad constante en medios digitales. 53.820 euros más IVA.
  - A. 46.800 euros más IVA para la compra de espacios publicitarios.
  - B. 7.020 euros más IVA para el pago de honorarios.

**5. PLAZO DE EJECUCIÓN:** Desde el 1 de mayo de 2022 hasta el 31 de diciembre de 2023. 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 cumplimentado el ANEXO XI, documento de declaración responsable de cumplimiento de las condiciones referidas a la solvencia económica, financiera y técnica o profesional y en cualquier caso, de resultar adjudicatarios, deberán acreditar dicha solvencia por alguno de los siguientes medios:

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

La solvencia económica y financiera podrá justificarse por alguno de los siguientes medios;

- Declaraciones apropiadas de entidades financieras o, en su caso, justificante de la existencia de un seguro de indemnización por riesgos profesionales.
- Declaración responsable sobre el volumen anual de negocios referido al año de mayor volumen de negocio de los tres últimos concluidos, en función de la fecha de creación o de inicio de las actividades del empresario, en la medida en que se disponga de las referencias de dicho volumen de negocios. La cifra deberá ser al menos una vez y media el valor estimado del contrato cuando su duración no sea superior a un año, y al menos una vez y media el valor anual medio del contrato si su duración es superior a un año.

**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, público 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 por 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.

Se acompañará declaración responsable del licitador, en la que manifieste que las circunstancias reflejadas en el certificado no han experimentado variación, conforme al modelo recogido en ANEXO XII de este pliego.

**3. Compromiso de medios personales o materiales, conforme al artículo 76 de la LCSP, en los siguientes términos,**

“El licitador se compromete a dedicar o adscribir a la ejecución del contrato, los medios personales o materiales necesarios para su correcta realización”.

Asimismo, en el caso de exigencia en el Pliego de Prescripciones Técnicas que rigen el contrato de un equipo humano mínimo con una determinada experiencia, ésta se acreditará mediante currículum vitae, acompañado de declaración responsable firmada por cada uno de los componentes del equipo.

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:
  - Teniendo en cuenta que la partida económica destinada a la compra de espacios publicitarios debe ser invertida en su totalidad.
  - Por lo tanto, se valorará la oferta sobre los siguientes importes:
    - LOTE I, máximo 46.345 euros más IVA.
    - LOTE II, máximo 49.335 euros más IVA.
    - LOTE III, máximo 53.820 euros más IVA.

• **49 puntos** para la oferta técnica:

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.

- 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.
- Distribución de la inversión entre los medios:
  - 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.
- distribución presupuestaria:
  - audiencia de las emisoras propuestas, y la proporcionalidad entre ellas.
  - coincidencia del tipo de audiencia con nuestro público objetivo.
- 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.
- distribución presupuestaria:
  - difusión de los medios propuestos y la proporcionalidad entre ellos.
  - coincidencia del tipo de audiencia con nuestro público objetivo.
- el refuerzo en las redes sociales.

en medios digitales:

- el número de inserciones.
- el formato, ajustado a lo descrito en las prescripciones técnicas.
  - frecuencia de las publicaciones en redes sociales
  - ubicación y tamaño de las inserciones dentro de la portada del medio.
- distribución presupuestaria:
  - difusión de los medios propuestos y la proporcionalidad entre ellos.
  - coincidencia del tipo de audiencia con nuestro público objetivo.

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.

	Propuesta económica	Número de inserciones	Formato, ubicación, tamaño...	Distribución de inversión entre medios	TOTAL
<b>PUNTUACIÓN MÁXIMA</b>	51	22	17	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 se efectuará de conformidad con la siguiente formulación, considerándose con dos decimales la puntuación resultante; sin perjuicio de su consideración, si así procede, como ofertas con valores anormales o desproporcionados:

$Poe = Pmax \times Boe \times K$
----------------------------------

Dónde:

- Poe: puntuación que otorga la fórmula a valorar.
- Pmax: puntuación máxima establecida en el pliego para el criterio precio.
- Boe: baja, obtenida tras aplicar la siguiente fórmula, en la que Presupuesto base de licitación y oferta a valorar se consideran IVA excluido:

$$Boe = (\text{Presupuesto base de licitación} - \text{oferta valorar}) / \text{Presupuesto base de licitación}$$

$$Boe = \frac{[\text{Presupuesto base de licitación} - \text{Oferta a valorar}]}{\text{Presupuesto base de licitación}}$$

Presupuesto base de licitación

- Bmax: baja mayor de entre todas las ofertas.
- El valor K predeterminado en el Pliego se corresponde con el siguiente rango, cuyo umbral inferior es 0% y el umbral superior la inversión del valor de K (en %).

Valor de K predeterminado	Rango de baja correspondiente
Suministros y servicios: 6	0 % - 16'66 %

Si, tras la apertura de la proposición económica, la Bmax es superior a los rangos previstos, K será igual a  $1 / B \text{ max.}$

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:** Hasta las 14,00 horas del vigésimo día natural contado desde el siguiente a la publicación del anuncio de licitación en el Perfil de Contratante de la Plataforma de Contratación del Sector Público. Si el último día de plazo es inhábil (sábado, domingo o festivo nacional, regional o local) o en supuestos de jornada reducida de Logroño Deporte (festividad de San Mateo y Virgen de la Esperanza) el plazo se entenderá prorrogado hasta las 14 horas del primer día hábil siguiente.

**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 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. INFORMACIÓN DE CONTACTO:**

Juan Luis Rodriguez  
Técnico de Planificación y Marketing de Logroño Deporte, S.A.  
[juanluis.rodriguez@logronodeporte.com](mailto:juanluis.rodriguez@logronodeporte.com)  
941277055-Ext.26008