

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 dos lotes.

LOTE I: Publicidad constante, consistente en presencia publicitaria a lo largo de la duración del contrato.

LOTE II: Campañas puntuales; Programa deportivo municipal (2018/2019 y 2019/2020), Verano 2018 y 2019) y San Silvestre (2018 y 2019).

TRAMITACIÓN: ordinaria

PROCEDIMIENTO: abierto

2. CLASIFICACIÓN DE PRODUCTOS POR ACTIVIDADES (CPV08):79341200PERFIL 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 :

ANUALIDAD	BASE	IVA	PRESUPUESTO
2018	41.130,00 €	8.637,30 €	49.767.30 €
2019	63.060,00 €	13.242.60 €	76.302.60 €
TOTAL	104.190.00 €	21.879.90 €	126.069.90 €

LOTE II:

ANUALIDAD	BASE	IVA	PRESUPUESTO
2018	27.420,00 €	5.758.20 €	33.178.20 €
2019	42.040,00 €	8.828.40 €	50.868.40 €
TOTAL	69.460.00 €	14.586.60 €	84.046.60 €

PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN:

- I. LOTE I: 104.190 euros más IVA, de los cuales:
 - A. 90.600 euros más IVA para la compra de espacios publicitarios.
 - B. 13.590 euros para el pago de honorarios.

- II. LOTE II: 69.460 euros más IVA, de los cuales.
- A. 60.400 euros para la compra de espacios publicitarios.
 - B. 9.060 euros para el pago de honorarios.

LA OFERTA ECONOMICA QUE HAN DE PRESENTAR LOS LICITADORES EN EL SOBRE C HA DE SER UNICA Y EXCLUSIVAMENTE RESPECTO A LOS HONORARIOS DE LA EMPRESA y el precio máximo de licitación que servirá de base para la presentación de ofertas de las empresas licitadoras, será:

LOTE I: 13.590 €

LOTE II: 9.060 €

5. PLAZO DE EJECUCIÓN: Desde el 1 de Julio de 2018 hasta el 31 de diciembre de 2019. 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.

Precio: De conformidad con lo previsto en el artículo 149.2 de la Ley de Contratos del Sector Público, se considerarán, en principio, desproporcionadas o temerarias las ofertas que supongan una baja superior al 30% respecto del precio base de licitación.

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 Documento Europeo Unico (Anexo I) 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, 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 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 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”.

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 dos lotes se valorarán por separado, y la puntuación obtenida por una empresa en un lote no influirá en el otro (en el caso de que presente propuestas para los dos). Los dos 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:

- **52** 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 13.590 euros más IVA
 - LOTE II, máximo 9.060 euros más IVA.
- **48** puntos para la oferta técnica:
 - Planificación de medios:
 - Para la valoración de la oferta técnica se tendrán en cuenta los siguientes aspectos:
 - número de inserciones.
 - características de las inserciones (formato, duración, ubicación, color, horario, tamaño, etc.)
 - audiencia del soporte en el que se producen las inserciones.

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 obtendrán mayor puntuación aquellas propuestas que más se acerquen a cada uno de esos porcentajes. Dicho de otro modo, alejarse de los porcentajes establecidos restará puntos.

Para llegar a la puntuación total de este apartado para cada una de las propuestas se valorará por separado el plan de medios de cada uno de los tipos de medios de comunicación: radio, prensa escrita, televisión y medios digitales.

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

en radio:

- el número de inserciones
- el formato.
 - Se valorará que ayuden a cumplir los objetivos del plan propuesto: cuñas publicitarias, reportajes, entrevistas, programas in situ... son solo ejemplos, una correcta combinación de varios formatos que respondan a los objetivos propuestos por la empresa será bien valorada.
- 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 combinación entre ellas.
- otros aspectos que puedan aportar en su plan las empresas licitadoras.

en prensa escrita:

- el número de inserciones
- el formato.
 - Se valorará que cumplan los objetivos del plan propuesto: anuncios, publirreportajes, etc. son solo algunos ejemplos. Se acepta una correcta combinación de varios formatos que respondan a los objetivos propuestos por la empresa.
- el tamaño de las inserciones.
- ubicación en las publicaciones.
 - se valorarán las inserciones en días de mayor difusión, en secciones más leídas, en páginas impares, en suplementos especiales, etc.
- inserciones a color serán más valoradas que sin determinar o en blanco y negro.
- difusión de los medios propuestos.
- otros aspectos que puedan aportar en su plan las empresas licitadoras.

en televisión:

- el número de inserciones
- el formato de las mismas.
 - Se valorará que cumplan los objetivos del plan propuesto: spots, patrocinios, publirreportajes, etc... son solo algunos ejemplos. Se acepta una correcta combinación de varios formatos que respondan a los objetivos propuestos por la empresa.
 - la duración de las inserciones.
- ubicación en la parrilla.
 - se valorarán las inserciones en días y horarios de mayor audiencia, o de audiencia cualitativa-mente apropiada a nuestros intereses.
- audiencia de los medios propuestos.
- otros aspectos que puedan aportar en su plan las empresas licitadoras.

en medios digitales:

- el número de inserciones
- el formato.
 - Se valorará que cumplan los objetivos del plan propuesto, y dada la variedad de formatos que soportan este tipo de medios, se acepta una correcta combinación de varios formatos que respondan a los objetivos propuestos por la empresa.
- el tamaño de las inserciones.
- ubicación en las inserciones dentro del soporte propuesto..
 - se valorarán las inserciones a las que el usuario tenga un acceso más rápido.
- difusión de los medios propuestos.
- 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.

	Radio	Prensa escrita	Televisión	Medios Digitales	TOTAL
PUNTUACIÓN MÁ- XIMA	12	12	12	12	48
Empresa 1	-	-	-	-	-
Empresa 2	-	-	-	-	-
Empresa 3	-	-	-	-	-

Corte técnico: no se valorarán propuestas que no alcancen un mínimo de 8 puntos en cada uno de los tipos de medios de comunicación.

La valoración de la oferta económica 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:

$$Poe = (*) \times (1 - 0,95b)$$

Donde:

- Poe: Puntuación oferta económica a valorar.

- (*): Número variable y coincidente con la puntuación máxima asignada en cada licitación (No inferior al 51% de la puntuación total)
- b: Baja, obtenida tras aplicar la siguiente fórmula, en la que Presupuesto de licitación y Oferta a valorar se consideran IVA excluido:

$$b = 100 \times \left[\frac{\text{Presupuesto licitación} - \text{Oferta a valorar}}{\text{Presupuesto licitación}} \right]$$

De conformidad con lo previsto en el artículo 149.2 de la Ley de Contratos del Sector Público, se considerarán, en principio, desproporcionadas las ofertas que supongan una baja superior al 30% respecto del precio base de licitación.

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 el perfil del contratante.

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

LOTE II: Campañas puntuales.

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

23. SUBROGACIÓN: No procede

24. MODIFICACIÓN DEL CONTRATO: No procede

25. CONDICION ESPECIAL DE EJECUCIÓN:

MEDIOAMBIENTAL

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.