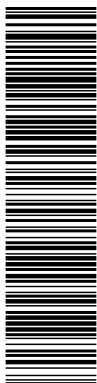


DOCUMENTO FORMULARIO II_LICITACION_PLIEGO: CON-MEN/2019/128 -FORM II PLIEGO: Campaña promocional oferta turística de agua en Madrid 2019	IDENTIFICADORES
OTROS DATOS Código para validación: 1IUZY-U0E3G-AMPZR Fecha de emisión: 15 de mayo de 2019 a las 8:49:14 Página 1 de 5	FIRMAS El documento ha sido firmado por : 1.- TECNICO MEDIO DE TURISMO de Patronato de Turismo y Tauromaquia.Firmado 13/05/2019 09:45 ESTADO FIRMADO 13/05/2019 09:45



Esta es una copia impresa del documento electrónico (Ref: 71761.1IUZY-U0E3G-AMPZR-B8DB604180C0BA396084DB2AD93FBE17EFB6AE2) generada con la aplicación informática Firmadoc. El documento está FIRMADO. Mediante el código de verificación puede comprobar la validez de la firma electrónica de los documentos firmados en la dirección web que le proporciona la entidad emisora de este documento.



ÁREA DE ECONOMÍA, HACIENDA, COMPRAS Y

PATRIMONIO

Servicio de Contratación Centralizada

LICITACIÓN ELECTRÓNICA DEL CONTRATO MENOR FORMULARIO II – PLIEGO DE CONDICIONES TÉCNICO-ADMINISTRATIVAS

DENOMINACIÓN DEL CONTRATO:

Servicio de diseño, planificación, ejecución, seguimiento y medición de resultados de campaña promocional de la oferta turística de agua de la provincia de Badajoz en la ciudad de Madrid 2019.

Tipo de Contrato: SERVICIOS

Centro Gestor: 27 TURISMO Y TAUROMAQUIA

Persona responsable del Contrato: Romero González, Isabel

PRECIO MÁXIMO DE LICITACIÓN (IVA NO INCLUIDO):13.800,00€

IMPORTE DEL IVA: 2.898,00.€

PRECIO MÁXIMO DE LICITACIÓN (IVA INCLUIDO) 16.698,00€

PRESENTACIÓN DE OFERTAS:

En aplicación de lo establecido en la Disposición Adicional 15ª de la LCSP, la presentación de ofertas **se realizará exclusivamente de forma electrónica**, dentro del plazo habilitado al efecto, y a través de la Plataforma de Licitación Electrónica de la Diputación, cuyo enlace es el siguiente:

- <http://licitacion.dip-badajoz.es>

Para ello, con carácter previo a la presentación de una oferta, deberán estar dados de **alta en el Portal**. El alta se efectúa igualmente a través de la Plataforma de Licitación. En dicha Plataforma los licitadores disponen de un enlace (Ayuda PLYCA-Empresas) donde disponen de una **extensa información** sobre el funcionamiento de los siguientes servicios:

- Sobres Electrónicos
- Notificaciones Telemáticas

Mientras está abierto el plazo de presentación de ofertas, los licitadores podrán presentar cuantas ofertas estimen oportunas, rectificando la anterior. A efectos de licitación la única oferta que se tendrá en cuenta será la última presentada, de forma que las anteriores se tendrán por no presentadas.

El límite en cuanto al tamaño de los archivos a incluir en los Sobres Electrónicos es el siguiente:

- los archivos que se firmen electrónicamente tendrán un límite máximo de 10MB por archivo.
- el límite máximo del TOTAL de los archivos será 140 MB, de forma que el Sobre Electrónico no podrá superar dicho límite.

En el formulario en formato .xlsx, **a la hora de introducir la oferta económica, deberá especificarse el**

DOCUMENTO FORMULARIO II_LICITACION_PLIEGO: CON-MEN/2019/128 -FORM II PLIEGO: Campaña promocional oferta turística de agua en Madrid 2019	IDENTIFICADORES	
OTROS DATOS Código para validación: 1IUZY-U0E3G-AMPZR Fecha de emisión: 15 de mayo de 2019 a las 8:49:14 Página 2 de 5	FIRMAS El documento ha sido firmado por : 1.- TECNICO MEDIO DE TURISMO de Patronato de Turismo y Tauromaquia.Firmado 13/05/2019 09:45	ESTADO FIRMADO 13/05/2019 09:45



Esta es una copia impresa del documento electrónico (Ref: 71761_1IUZY-U0E3G-AMPZR-B8DB6D4180C0BA396084DB2AD939FBE17EFB6AE2) generada con la aplicación informática Firmadoc. El documento está FIRMADO. Mediante el código de verificación puede comprobar la validez de la firma electrónica de los documentos firmados en la dirección web que le proporciona la entidad emisora de este documento.



ÁREA DE ECONOMÍA, HACIENDA, COMPRAS Y PATRIMONIO

Servicio de Contratación Centralizada

importe sin IVA, señalándose en el campo "Comentarios" el porcentaje de IVA aplicable. Los licitadores, si lo estiman oportuno, podrán presentar igualmente su oferta en formato PDF, anexándola como otro documento (lógicamente el importe y demás datos deberán ser idénticos en ambos archivos). En caso de que, por razones técnicas de comunicación no imputables al licitador, no pudiese hacer efectiva la entrega de la proposición mediante el canal electrónico, el software genera un código específico de verificación (**huella electrónica**) que se almacena en un documento junto con el sobre electrónico, antes de realizar el envío. **Para que la oferta sea admitida, este documento, con la Huella Electrónica de la oferta, deberá ser remitido al Servicio de Contratación Centralizada por correo electrónico (contratación@dip-badajoz.es), dentro del plazo de licitación establecido, para con posterioridad y dentro de las 24 horas siguientes, hacer entrega del sobre electrónico generado.**

En la propia Plataforma de Licitación Electrónica se recoge mayor información sobre el proceso de Alta y sobre el proceso de cumplimentación y envío de Sobres Electrónicos. No obstante, si la empresa tuviera cualquier incidencia de carácter tecnológica a la hora de tramitar el Alta de la Empresa o de cumplimentar el Sobre Electrónico deberá **reportarse por correo electrónico** a la siguiente dirección:

- soporte.empresas@plyca.es

En cuanto a las **notificaciones y comunicaciones** relativas al presente expediente (subsanción de ofertas, solicitud de aclaraciones, requerimientos de documentación, notificaciones de adjudicación,...) se efectuarán igualmente **de forma electrónica**, a través de tres pasos:

- **Puesta a Disposición** del Destinatario (en el correo electrónico indicado por el propio licitador en el momento de efectuar el Alta en el Portal)
- **Aceptación** mediante firma electrónica por el destinatario.
- **Acceso al contenido de la notificación**: una vez aceptadas, se accederá (mediante comparecencia electrónica) al contenido de la misma.

La subscripción al procedimiento de "Notificaciones Electrónicas" se efectúa **automáticamente** al darse de Alta en la Plataforma.

Los plazos empezarán a contar desde el aviso de notificación (si el acto objeto de la notificación se publica el mismo día en el Perfil del Contratante) **o desde la recepción de la notificación** (si el acto no se publica el mismo día en el Perfil del Contratante).

Transcurridos 10 días naturales desde la Puesta a Disposición de la notificación, si el destinatario no la acepta o rechaza, se considerará expirada y se dará por cumplido formalmente el trámite de notificación.

Los certificados de envíos y entrega de notificaciones quedan almacenados en el sistema de forma automática desde el momento de puesta a disposición de las mismas, con plenas garantías jurídicas.

CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS MÍNIMAS:

1.OBJETO Y TRABAJOS A DESARROLLAR

El contrato tiene por objeto el servicio de diseño, planificación, ejecución, seguimiento y medición de resultados de una

DOCUMENTO FORMULARIO II_LICITACION_PLIEGO: CON-MEN/2019/128 -FORM II PLIEGO: Campaña promocional oferta turística de agua en Madrid 2019	IDENTIFICADORES	
OTROS DATOS Código para validación: 1IUZY-U0E3G-AMPZR Fecha de emisión: 15 de mayo de 2019 a las 8:49:14 Página 3 de 5	FIRMAS El documento ha sido firmado por : 1.- TECNICO MEDIO DE TURISMO de Patronato de Turismo y Tauromaquia.Firmado 13/05/2019 09:45	ESTADO FIRMADO 13/05/2019 09:45



Esta es una copia impresa del documento electrónico (Ref: 71761.1IUZY-U0E3G-AMPZR-B8DB6D4180C0BA396084DB2AD939FBE17EFB6AE2) generada con la aplicación informática Firmadoc. El documento está FIRMADO. Mediante el código de verificación puede comprobar la validez de la firma electrónica de los documentos firmados en la dirección web que le proporciona la entidad emisora de este documento.



ÁREA DE ECONOMÍA, HACIENDA, COMPRAS Y PATRIMONIO

Servicio de Contratación Centralizada

campana promocional para promocionar la oferta turística de agua de la provincia de Badajoz en la ciudad de Madrid.
Se presentará una propuesta que deberá comprender como mínimo las siguiente acciones:

1.1. Campaña:

La empresa adjudicataria deberá diseñar una campaña de promoción en la que se determinarán, conforme al presupuesto disponible, los medios dónde realizar la publicidad. La propuesta presentada deberá ser consensuada y aprobada por el Patronato Provincial de Turismo y Tauromaquia.

En el diseño del plan de medios, se deberá tener en cuenta la fórmula para llegar informativamente de forma eficiente a nuestros turistas potenciales.

El plan de medios consistirá como mínimo en la siguiente publicidad exterior.

- Vallas publicitarias: Se deberá contratar, como mínimo, la publicidad del destino en 20 vallas publicitarias de la ciudad de Madrid, durante, al menos 4 semanas. La elección de la ubicación de las vallas publicitarias deberá basarse en la vistosidad de la misma así como en lugares estratégicos en las vías de comunicación de la ciudad de Madrid. La empresa adjudicataria será la encargada de maquetar las imágenes que facilitará el Patronato con el slogan e imagen corporativa que el equipo técnico de éste indique. Asimismo, será la empresa adjudicataria la encargada de la producción e instalación.

Tanto la elección definitiva de las vallas en las que se realizará la publicidad, como el mensaje que se publicitará, deberá acordarse previamente con el Patronato, que será quién de el visto bueno definitivo.

- Digitales Led: Se deberá contratar, como mínimo, la publicidad del destino en 15 pantallas digitales led durante 4 semanas en la entrada de centros comerciales. La elección de los mismos deberá basarse en lugares estratégicos, con alto nivel de transitación, vistosidad y eficacia. La empresa adjudicataria será la encargada de diseñar el anuncio que se publicará en dichas pantallas así como de maquetar las imágenes que facilitará el Patronato con el slogan e imagen corporativa que el equipo técnico de éste indique. Asimismo, la empresa será la encargada de la producción e instalación. Tanto la elección definitiva de las pantallas en las que se realizará la publicidad, como el mensaje que se publicitará, deberá acordarse previamente con el equipo del Patronato, que será quien de el visto bueno definitivo.

- Mupis Digitales: Se deberá contratar, como mínimo, la publicidad del destino en al menos 46 mupis digitales en, como mínimo, dos centros comerciales durante, al menos cuatro semanas. La selección de los Mupis Digitales en los que se realizará la publicidad deberá basarse en aquellos lugares estratégicos y centros comerciales de gran afluencia. La empresa adjudicataria será la encargada de diseñar el anuncio que se publicará en dichas pantallas así como de maquetar las imágenes que facilitará el Patronato con el slogan e imagen corporativa que el equipo técnico de éste indique. Asimismo, la empresa será la encargada de la producción e instalación.

Las imágenes a publicar durante la campaña serán facilitadas por el Patronato Provincial de Turismo y Tauromaquia, debiendo la empresa adjudicataria realizar la maquetación y adaptación de las mismas a los diferentes soportes promocionales.

1.2. Medición de resultados:

La empresa adjudicataria deberá realizar un análisis detallado de la repercusión y rentabilidad obtenida con la campaña realizada. Se deberá valorar la incidencia que han tenido cada una de las acciones realizadas en la promoción del destino, así como detectar los fallos y sugerencias de cara a futuras promociones.

2. CONTENIDOS DE LAS PROPUESTAS

La oferta técnica reflejará los aspectos que cada licitador considere oportunos, debiendo constar, al menos, los que se especifican a continuación:

- Plan de trabajo detallado para los trabajos a realizar, propuesta de gestión, coordinación y cronograma de los trabajos a desarrollar.
- Documento con mejoras propuestas

3. ASPECTOS GENERALES

1) La empresa adjudicataria será la encargada de realizar la contratación, obtención de permisos, reserva e inserción de los espacios publicitarios, así como cualquier otro trámite que conlleve la realización de este tipo de actividades. Así mismo, la empresa adjudicataria hará llegar a los distintos medios los elementos publicitarios en forma y tiempo suficiente para su colocación/ publicación/ emisión.

2) El precio del contrato incluye los derechos de la propiedad intelectual de toda la creatividad desarrollada para cumplimiento

DOCUMENTO FORMULARIO II_LICITACION_PLIEGO: CON-MEN/2019/128 -FORM II PLIEGO: Campaña promocional oferta turística de agua en Madrid 2019	IDENTIFICADORES	
OTROS DATOS Código para validación: 1IUZY-U0E3G-AMPZR Fecha de emisión: 15 de mayo de 2019 a las 8:49:14 Página 4 de 5	FIRMAS El documento ha sido firmado por : 1.- TECNICO MEDIO DE TURISMO de Patronato de Turismo y Tauromaquia.Firmado 13/05/2019 09:45	ESTADO FIRMADO 13/05/2019 09:45

Esta es una copia impresa del documento electrónico (Ref: 71761-1IUZY-U0E3G-AMPZR-B8DB6D4180C0BA396084DB2AD939FBE17EFB6AE2) generada con la aplicación informática Firmadoc. El documento está FIRMADO. Mediante el código de verificación puede comprobar la validez de la firma electrónica de los documentos firmados en la dirección web que le proporciona la entidad emisora de este documento.



PATRIMONIO

ÁREA DE ECONOMÍA, HACIENDA, COMPRAS Y

Servicio de Contratación Centralizada

del presente pliego, así como los derechos de imagen de los personajes que aparezcan en los elementos audiovisuales y los derechos totales de las fotografías producida para la campaña.

3) Igualmente, será la empresa adjudicataria quién deberá diseñar la publicidad y mensaje a insertar en cada medio de comunicación, debiendo contar previamente con la aprobación del Patronato Provincial de Turismo y Tauromaquia.

4) La empresa adjudicataria se encargará de la tramitación de todos los permisos y licencias necesarios para el desarrollo de la campaña, así como responsabilizarse de los gastos que de ello se deriven.

5) la empresa adjudicataria deberá acordar con el Patronato las modificaciones pertinentes para la realización de la campaña en fechas distintas a las previstas, cuando circunstancias sobrevenidas o incidencias en la ejecución de las mismas así lo aconsejen.

4. SEGUIMIENTO Y CONTROL DE LOS TRABAJOS

El seguimiento y control del trabajo desarrollado corresponderá al Patronato Provincial de Turismo y Tauromaquia. Su misión principal será la de comprobar el buen desarrollo de los trabajos, verificar los contenidos de los informes y tareas que deberá realizar la empresa adjudicataria y resolver las posibles dudas en la interpretación del presente pliego y que pudieran surgir durante el desarrollo. Cualquier variación o duda que pueda producirse deberá ser consultada y autorizada por el equipo del Patronato Provincial de Turismo y Tauromaquia con la suficiente antelación que no de lugar a ningún retraso en la prestación del servicio.

5.PRODUCTOS O SERVICIOS A ENTREGAR

La empresa adjudicataria deberá entregar la siguiente documentación a lo largo del desarrollo de la actuación:

- Propuesta técnica, que contenga , cronograma detallado de actuaciones y campaña detallada de publicidad.
- Memoria final de la campaña, ofreciendo los resultados de la campaña realizada, así como: repercusión a medio y largo plazo de la misma, retorno de la inversión, incidencias y recomendaciones.

Todos los documentos deberán entregarse en formato pdf y en formato editable.

6. PLAZO DE EJECUCIÓN Y PAGO

La campaña de promoción se hará a finales de junio y parte del mes de julio de 2019.

El pago se abonará en su totalidad una vez finalizados todos los trabajos previstos, previa presentación de facturas y memoria justificativa.

CRITERIOS DE VALORACIÓN (PONDERACIÓN SOBRE 100 PUNTOS):

1) CRITERIOS CUANTIFICABLES MEDIANTE APLICACIÓN DE FÓRMULAS MATEMÁTICAS: Hasta 50 puntos.

El contrato se adjudicará al licitador que presente la oferta económica más ventajosa conforme a los siguientes criterios de valoración:

A) Criterios cuantificables mediante aplicación de fórmulas matemáticas: hasta 50 puntos.

Oferta económica: hasta 50 puntos

La oferta no podrá superar el presupuesto de licitación. La valoración de la oferta se hará sin tomar en consideración el IVA que recae sobre el mismo, conforme a la siguiente fórmula:

$$P= 50* (1- (PBJ - PBO) / 50))$$

P: Puntuación obtenida

PBJ: Porcentaje de baja máximo

PBO: Porcentaje de baja del licitador que se puntúa

2) ASPECTOS TÉCNICOS DE VALORACIÓN SUBJETIVA: Hasta 50 puntos.

2.1. Calidad técnica de la oferta: hasta 20 puntos.

Memoria técnica explicativa del proyecto (solidez, claridad y coherencia) que incluya plan detallado de los trabajos a realizar, metodología de coordinación y cronograma de trabajos a desarrollar.

2.2. Mejoras: hasta 30 puntos, con el siguiente desglose:

- Inclusión de mejoras en el proyecto de diversa índole (propuesta de otras acciones, mejoras en el desarrollo de las ya

DOCUMENTO FORMULARIO II_LICITACION_PLIEGO: CON-MEN/2019/128 -FORM II PLIEGO: Campaña promocional oferta turística de agua en Madrid 2019	IDENTIFICADORES
OTROS DATOS Código para validación: 1IUZY-U0E3G-AMPZR Fecha de emisión: 15 de mayo de 2019 a las 8:49:14 Página 5 de 5	FIRMAS El documento ha sido firmado por : 1.- TECNICO MEDIO DE TURISMO de Patronato de Turismo y Tauromaquia.Firmado 13/05/2019 09:45
	ESTADO FIRMADO 13/05/2019 09:45



Esta es una copia impresa del documento electrónico (Ref: 71761 1IUZY-U0E3G-AMPZR B8DB6D4190C0BA396084DB2AD932FBE17EFB6AE2) generada con la aplicación informática Firmadoc. El documento está FIRMADO. Mediante el código de verificación puede comprobar la validez de la firma electrónica de los documentos firmados en la dirección web que le proporciona la entidad emisora de este documento.



PATRIMONIO

ÁREA DE ECONOMÍA, HACIENDA, COMPRAS Y

Servicio de Contratación Centralizada

previstas) que incidan significativa y verificablemente en los resultados de la actuación. Hasta 10 puntos.

- Aumento de vallas publicitarias: 1 punto por cada valla publicitaria adicional en la que realizar publicidad durante el tiempo establecido en el apartado 1.2 del pliego de prescripciones técnicas. Hasta 10 puntos.

- Aumento de Mupis Digitales: 1 punto por cada Mupi digital adicional en centros comerciales, en la que realizar publicidad, durante el tiempo establecido en el apartado 1.2 del pliego de prescripciones técnicas. Hasta 10 puntos.

CRITERIOS DE SOLVENCIA TÉCNICA:

Experiencia en promoción y publicidad turística. Habrán de acreditarse 2 trabajos similares realizados en los últimos tres años por importe conjunto, igual o superior a la cuantía del contrato mediante declaración responsable de los trabajos efectuados indicando destinatario, fecha, objeto e importe.

En Badajoz, a lunes, 13 de mayo de 2019
Documento firmado electrónicamente por TECNICO MEDIO DE TURISMO