



PLIEGO DE CONDICIONES TÉCNICAS Y ADMINISTRATIVAS QUE RIGEN LA CONTRATACIÓN DE SERVICIOS PARA EL DESARROLLO DE LA CAMPAÑA DE PRIMAVERA

Referencia:	COM/02/2017	Procedimiento:	NEGOCIADO NO ARMONIZADO
Fecha:	07/04/2017		
Responsable Técnico:	Laura Gil Vélez de Mendizábal		

PLIEGO DE CONDICIONES TÉCNICAS Y ADMINISTRATIVAS QUE RIGEN LA CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE DINAMIZACIÓN COMERCIAL PARA LAS CAMPAÑA DE LA PRIMAVERA

1. INTRODUCCIÓN

La Cámara Oficial de Comercio e Industria de La Rioja tiene prevista la realización de la campaña de la primavera, en base al convenio de colaboración firmado con el Ayuntamiento de Logroño para la gestión de actividades de dinamización comercial de la ciudad de Logroño.

2. PROMOTOR

La Cámara Oficial de Comercio e Industria de La Rioja promueve el proyecto, conforme a la nueva Ley de Contratos del Sector Público y las normas internas.

3. OBJETO DEL CONTRATO

El objeto de este contrato consiste en la adjudicación de la prestación de los servicios de para el desarrollo de la campaña de la primavera de Logroño.

4. CARACTERÍSTICAS BÁSICAS

Desarrollo de la campaña de primavera de Logroño entre el 1 y el 4 de junio de 2017.

Objetivos:

- Promover y transmitir una imagen positiva del comercio minorista urbano, de cercanía y confianza “el comercio hace ciudad “, **implicando a la ciudadanía.**
- Promover y propiciar la **participación empresarial comercial.**
- Generar un impacto sobre la ciudad en los días que se desarrolle la actividad.
- Promocionar el **comercio** de ciudad mediante una simbiosis **con otros sectores** de la vida urbana: TURISMO-GASTRONOMÍA & CULTURA
- Decorar los escaparates de los comercios de forma que se llamen la atención de las zonas comerciales de la ciudad. (Escaparates vivos)
- Realizar actividades paralelas por las Asociaciones de comerciantes para que complementen las realizadas por la organización.

Contenido:

- Se trata de llevar a cabo una campaña innovadora, con un alto grado de dinamización a través de los comercios y ciudadanos, aprovechando la época primaveral en la que se desea celebrar esta campaña.
- Publicitar la campaña en la calle ambientando las zonas comerciales. Los propios comercios podrán hacerlo sacando producto y elementos promocionales fuera del establecimiento.
- Promover la organización actividades dinamizadoras entre los comercios y premiar la mejor acción para incentivar la participación. Los comercios podrán

hacer promociones, detalles con los clientes o cualquier forma hacer de la compra una experiencia diferente durante los días de la campaña.

- Promocionar la creación de escaparates vivos y la posibilidad de premiar el mejor escaparate con importes que revertirán directamente en la mejora del propio establecimiento o en la gestión del mismo.
- Sorteo para los consumidores en los días de campaña, para que el ganador (comprando en los comercios de Logroño) disfrute de forma gratuita de un evento relacionado (Comercio & Turismo + Gastronomía + Cultura.)
- Implicación de los colegios, para que el interés de los niños mueva a los adultos a salir a la calle y más concretamente a las zonas comerciales.

Se valorará la realización de acciones para los mercados

Se invitará a las Asociaciones de comerciantes a que realicen acciones de dinamización por las distintas zonas comerciales para sumarse a la campaña y reforzarla. La organización incluirá estas acciones en la publicidad.

Plan de medios. Al menos el 35% del total de este presupuesto se destinará a difusión en medios de comunicación y deberá incluir:

a) Desarrollo de la campaña de comunicación de la campaña incluyendo diseño y creación de la imagen y realización de las inserciones (cuñas de radio, páginas de publicidad, etc). Gestión de contenidos en los perfiles en redes sociales.

b) Campaña de promoción en medios de comunicación local, regional y de comunidades limítrofes, incluyendo el coste de las inserciones. 60% para Logroño y el otro 40% para el resto) Deberán contemplarse en la propuesta:

- prensa escrita de pago
- prensa escrita gratuita (al menos 2 medios)
- emisoras de radio (al menos 3 radios)
- televisiones locales (al menos 2 televisiones)
- publicaciones on line
- 10 mupis

El presupuesto debe ir destinado a emplazamientos publicitarios, no a entrevistas o a espacios informativos.

c) Se deberá especificar la partida presupuestaria dedicada a la publicidad en cada medio de comunicación.

d) Un mismo medio o grupo de comunicación no podrá disponer de una inversión superior al 40% del total del importe del valor de la campaña publicitaria en la presente campaña.

e) La empresa deberá justificar:

- El número y tipo de inserciones propuestas en cada medio
- La audiencia de cada medio propuesto (OJD / EGM...)
- El presupuesto destinado a cada medio de comunicación y el porcentaje sobre el total del presupuesto que se le asigna a cada medio.

- El presupuesto global de la campaña, con el desglose de la distribución en porcentajes de lo correspondiente a Logroño y a fuera de Logroño.
- El cronograma de la campaña

5. NORMATIVA APLICABLE

Ley 3/1993, de 22 de marzo, Básica de las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y Navegación.

Régimen interior de la Cámara Oficial de Comercio e Industria de La Rioja.

Manual de Contratación Pública de La Cámara de Comercio e Industria de La Rioja, y supletoriamente la Ley 30/2007, de 30 de octubre, de Contratos del Sector Público.

6. PROCEDIMIENTO DE CONTRATACIÓN

Negociado no armonizado en su modalidad de contrato de servicios, conforme al Real Decreto Legislativo 3/2011, de 14 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Contratos del Sector Público.

Cada licitador no podrá presentar más de una proposición.

El Órgano de Contratación considerará exclusivamente a empresas con capacidad para este fin y que así lo demuestren sus estatutos y su correspondiente IAE, de lo cual se adjuntará fotocopia.

Los servicios técnicos informantes podrán solicitar de los participantes cuantos datos sean necesarios para completar y determinar su propuesta, sin que ello pueda suponer la modificación o alteración de la presentada.

Abiertas las ofertas presentadas a estudio, el Órgano de Contratación, previo informe técnico, adjudicará provisionalmente el contrato a la empresa seleccionada, en función de los criterios establecidos en este Pliego. Posteriormente, se elevará propuesta de adjudicación definitiva al Comité Ejecutivo, quien no podrá declararla desierta siempre que se cumplan todos los requisitos apuntados en este pliego.

El contrato se formalizará en documento privado. Dicho contrato podrá extinguirse por alguna de las causas admitidas en el derecho privado, así como por la concurrencia de alguna de las prohibiciones para contratar enumeradas en el art. 60 apartado 1 del Real Decreto Legislativo 3/2011, de 14 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Contratos del Sector Público. En este caso, se establecerá una penalización equivalente al 30% del importe de la adjudicación del contrato.

7. ÓRGANO DE CONTRATACIÓN.

Con carácter general y, sin perjuicio de las facultades y atribuciones que ostenten los diferentes órganos de administración y representación de la Cámara Oficial de Comercio, Industria y servicios de La Rioja, el Órgano de Contratación será el Comité Ejecutivo de la Corporación o en quien éste delegue, bien sea Mesa de Contratación o

bien cualquier miembro del Comité Ejecutivo incluido la Dirección General de esta entidad.

8. CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS LICITADORAS.

Pueden optar a la prestación de este suministro empresas que según indica el artículo 72 del Real Decreto Legislativo 3/2011, de 14 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Contratos del Sector Público acrediten su capacidad de obrar y su solvencia financiera y económica según indican los artículos 74 y 75, así como la solvencia técnica según el artículo 76 de la citada norma.

La presentación de las proposiciones implica la aceptación de las Cláusulas de este Pliego y la declaración responsable de que el licitador reúne todas y cada una de las condiciones exigidas para contratar con la Cámara.

9. DOCUMENTACIÓN A APORTAR POR LAS EMPRESAS LICITADORAS.

Las empresas que quieran presentar su propuesta, deberán presentar la siguiente documentación en 2 sobres:

SOBRE 1: DOCUMENTACIÓN, donde constará

a) Acreditación de la personalidad jurídica del empresario y, en su caso, su representación.

b) Documentación acreditativa de la solvencia económica, financiera y técnica o profesional.

Subcontratación. En el caso de que la empresa subcontrate partes de la actividad, deberá incluirse la solvencia técnica de las empresas a subcontratar, acreditada de la misma manera.

Esta información será también valorable.

c) Declaración responsable de no estar incurso en prohibición de contratar.

d) Certificados de hallarse al corriente del cumplimiento de las obligaciones tributarias y con la Seguridad Social impuestas por las disposiciones vigentes.

e) Fotocopia del alta en el/los IAE correspondientes a la actividad de la empresa.

SOBRE 2: PROPUESTA, que contendrá:

1) Propuesta económica.

2) Propuesta técnica de los trabajos a realizar.

3) Programa y calendario de trabajo

4) Propuestas de mejoras. Estas mejoras, en el supuesto de ser aceptadas por el órgano de contratación, formarán parte del contrato, serán cuantificadas y se recogerán expresamente en el mismo.

10. PROCEDIMIENTO DE ADJUDICACIÓN.

Los proyectos deberán alcanzar en dinamización un mínimo de 60 puntos, en caso contrario no se valorará el proyecto de comunicación ni la parte económica.

Los criterios de selección de la oferta de entre todas aquellas que, presentadas en el presente procedimiento y se consideren válidas, se hará conforme a los siguientes criterios de valoración:

1) Propuesta técnica: hasta un máximo de 80 puntos distribuidos en los siguientes apartados:

- Proyecto presentado, que más se ajuste a las acciones propuestas a desarrollar en el punto 4 Contenido:50
- Experiencias empresariales similares:15
- Reparto de la dinamización por las diferentes zonas comerciales: 15

Se propondrá la oferta de aquélla que obtenga la máxima puntuación según los criterios de valoración mencionados.

2) Oferta económica: hasta un máximo de 20 puntos

- La puntuación máxima se concederá a la empresa con mejor propuesta económica
- A las demás se les adjudicará la puntuación correspondiente de aplicar la siguiente fórmula:

$$20 \times \frac{\text{Precio de licitación: importe de la oferta que se valora}}{\text{Precio de licitación de la oferta más baja}}$$

Aquellas propuestas que se desvíen en más del 20% del promedio, se considerarán anormales o desproporcionadas, por lo que quedarán excluidas del proceso de licitación.

11. PRESUPUESTO DE ADJUDICACIÓN Y FORMA DE PAGO.

Se fija como precio máximo de licitación la de 30.000 €

En el precio del contrato se considerarán incluidos los demás tributos, tasas y cánones de cualquier índole que sea de aplicación, así como todos los gastos que se originen para el adjudicatario como consecuencia del cumplimiento de las obligaciones contempladas en el presente pliego.

La cantidad total se deberá desglosar en subpartidas coincidentes, como mínimo, con los apartados de acciones incluidos en la propuesta.

El importe del contrato será el que resulte de la adjudicación, que será siempre igual o inferior al presupuesto máximo del servicio formulado por la Cámara de Comercio, Industria y servicios de La Rioja.

La liquidación se realizará: el 30% a la firma del contrato y el 70% restante a la finalización de prestación de los servicios.

12. PLAZO MÁXIMO DE EJECUCIÓN DEL LOS SERVICIOS.

El plazo para la realización de las prestaciones recogidas en este pliego será:
Fecha de inicio, al día siguiente de la firma del contrato y finalización día 7 de junio.

La prestación de los servicios se entenderá como cumplida por el adjudicatario cuando éste haya realizado, de acuerdo con los términos del presente pliego y a satisfacción de la Cámara de Comercio, la totalidad de su objeto.

13. PLAZO DE PRESENTACIÓN DE OFERTAS.

24 de abril de 2017 a las 10.00 horas

14. LUGAR DE PRESENTACIÓN DE OFERTAS.

Cámara de Comercio e Industria de La Rioja
Gran Vía, 7-7ª planta
26001 Logroño
Teléfono: 941.24.85.00
Fax: 941.23.99.65

Las ofertas se abrirán públicamente ese mismo día 24 de abril a las 10.15 horas en el mismo lugar. A continuación, una vez abiertas las ofertas, deberán enviarse por correo electrónico a la siguiente dirección: lgil@camararioja.com.

ANEXO I

MODELO DE PROPOSICIÓN

D./ D^a....., con domicilio en
y DNI en nombre propio o en representación de
..... con NIF.....
y epígrafe de IAE, con sede en,
calle o plaza....., nº código postal
....., teléfono..... y fax

Expone:

- Que está enterado de la convocatoria y de las condiciones y requisitos exigidos para concurrir al procedimiento negociado no armonizado cuyo objeto es la contratación de servicios de Acciones de dinamización.
- Que se compromete a la ejecución del contrato, con estricta sujeción al proyecto, con los documentos y precios que lo integran, a los pliegos de prescripciones técnicas y bases, especificando cada uno de los precios unitarios que intervienen en el contrato, así como la oferta global.

(Lugar, fecha, firma y sello)

ANEXO II

DECLARACIÓN DE NO ESTAR INCURSO EN INCAPACIDAD PARA CONTRATAR CON LA CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO E INDUSTRIA DE LA RIOJA

D./ D^a....., con domicilio en
y DNI en nombre propio o en representación de
..... con NIF.....
y epígrafe de IAE, con sede en,
calle o plaza....., nº código postal
....., teléfono..... y fax

Declara:

- Que la empresa a la que represento no se halla comprendida en ninguna de las causas del art. 49 apartado 1, de la Ley 30/2007.
- Que la empresa a la que represento se halla al corriente del cumplimiento de las obligaciones tributarias y de la Seguridad Social impuestas por la legislación vigente.

(Lugar, fecha, firma y sello)