



**PLIEGO DE CONDICIONES TÉCNICAS Y
ADMINISTRATIVAS QUE RIGEN
LA CONTRATACIÓN DE LA ESTRATEGIA
UNA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN PARA
EL COMERCIO DE LOGROÑO**

Referencia:	COM/02/2018	Procedimiento:	NEGOCIADO NO ARMONIZADO
Fecha:	06/02/18		
Responsable Técnico:	Laura Gil Vélez de Mendizábal		

PLIEGO DE CONDICIONES TÉCNICAS Y ADMINISTRATIVAS QUE RIGEN LA CONTRATACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA EL COMERCIO DE LOGROÑO

1. INTRODUCCIÓN

La Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de La Rioja tiene prevista la realización de una estrategia de comunicación para el comercio de Logroño, 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.

El público objetivo al que va dirigida la estrategia de comunicación para la dinamización del comercio de Logroño se divide en:

- Un público primario el conjunto de ciudadanos y ciudadanas residentes en Logroño. Según el Departamento de Estadística y Banco de Datos del Ayuntamiento de Logroño, se contabilizan 151.111 personas, de las cuales 71.610 son hombres y 79.501 son mujeres.
- Los habitantes de otras poblaciones de La Rioja y de regiones colindantes a Logroño, que también son clientes potenciales de los comercios de Logroño.
- Los propios comerciantes de la ciudad, tanto del centro como de las diferentes zonas de la ciudad.

2. PROMOTOR

La Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios 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 comunicación y creación de una imagen gráfica así como las adaptaciones a cualquier tipo de soporte publicitario,

La estrategia de comunicación perseguirá los siguientes objetivos:

- Sensibilizar sobre la compra en el comercio de Logroño.
- Concienciar a los compradores sobre los beneficios que aporta a la sociedad comprar en los comercios de la ciudad, no sólo del centro sino también en el comercio de barrio, así como los mercados tradicionales.
- Dar a conocer a los consumidores el servicio de aparcamiento gratuito que ofrece el comercio de Logroño en los diferentes puntos de la ciudad.
- Aumentar el atractivo del comercio de la ciudad hacia el comprador. Este es un objetivo fundamental porque establecerá las bases para sostener en el tiempo los comercios de la ciudad.
- Resaltar las ventajas del comercio de Logroño ante a otros canales de venta como los centros comerciales, las tiendas online, etc.
- Presentar la actividad de compras como un atractivo turístico de la ciudad, que atraiga a clientes potenciales de poblaciones cercanas y regiones limítrofes.

- Dar a conocer las diferentes asociaciones de comerciantes de la ciudad de Logroño.
- Conseguir la participación e interacción con el comercio de Logroño como agentes activos del desarrollo de la ciudad y del suyo propio.

4. CARACTERÍSTICAS BÁSICAS

El Desarrollo de la campaña de comunicación de Logroño será desde el 12 de marzo al 30 de diciembre de 2018.

Los servicios a contratar deberán responder a las siguientes características básicas:

- Especificación de la estrategia de comunicación y ejecución íntegra de las acciones propuestas, fechas en que se llevará a cabo y su justificación de acuerdo con los objetivos descritos.
- Diseño y adaptaciones necesarias de una imagen homogénea que se mantendrá durante toda la campaña que debe incluir la imagen de ciudad "Hola, soy Logroño" figurando también los logos del Ayuntamiento, Logroño Punto Comercio y Cámara de Comercio.
- La imagen debe permitir una fácil adaptación a los diferentes elementos de comunicación.
- Plan de comunicación (incluida la inserción en medios de comunicación) con atención prioritaria de las Campañas de Primavera y Navidad sin perjuicio de los refuerzos necesarios que vayan a requerir específicamente los hitos comerciales habituales que se desarrollan en la ciudad durante el resto del año.

Plan de medios:

Este presupuesto destinado a difusión en medios de comunicación deberá incluir lo siguiente:

- a) Diseño, contratación y realización de las inserciones en todo tipo de medios y soportes.
- b) Gestión y dinamización de contenidos en las diferentes redes sociales.
- c) Campaña de promoción en medios de comunicación tanto locales como localidades limítrofes.
 - El 70% de la inversión se destinará a las acciones publicitarias y de comunicación que tengan como destino Logroño, el 30% restante a aquellas que tengan como destino otras poblaciones. A estos efectos se deberá tener en cuenta el Estudio sobre la capacidad de atracción comercial de Logroño (2016) publicado en la web: www.logronopuntocomercio.com
- d) Se deberá especificar la partida presupuestaria dedicada a la publicidad en cada medio de comunicación.

e) Cuadro comparativo con el número de inserciones en cada medio de comunicación correspondientes a prensa, radio y otros medios en Logroño y un segundo cuadro comparativo especificando lo anterior para fuera de Logroño.

Fechas:

Una vez finalizada la campaña, la empresa adjudicataria procederá a entregar a la Cámara de Comercio (Departamento de Comercio y Dirección de Comunicación) los justificantes de las apariciones de la totalidad de las inserciones. Junto a los justificantes de estas inserciones enviará una valoración y evaluación final de la campaña.

La empresa deberá presentar:

- El número y tipo de inserciones propuestas en cada medio
- La audiencia de cada medio propuesto (OJD / EGM...)
- Descripción de todos los soportes físicos propuestos para la rentabilidad y notoriedad de la campaña que vayan a ser objeto de inserción de publicidad
- 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 deberá incluir los gastos de adaptaciones de los originales a los medios y soportes propuestos.
- El presupuesto global de la campaña, con el desglose de la distribución en porcentajes de lo correspondiente a Logroño y fuera de Logroño.
- El cronograma de la campaña así como un plan de trabajo sobre la forma de ejecución de la misma.
- Un dossier explicativo acompañado del material necesario para la presentación de la Campaña tanto al sector comercial como a los medios de comunicación.

Condiciones de ejecución:

- Las propuestas se enviarán en formato físico y en sobre cerrado, una vez realizada la apertura se enviarán también en formato digital.
- El presupuesto debe ir destinado a emplazamientos publicitarios, no a entrevistas o a espacios informativos.
- 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.
- Cada empresa no podrá presentar más de una proposición.

5. NORMATIVA APLICABLE

Ley 4/2014, de 1 de abril, Básica de las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación.

Régimen interior de la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de La Rioja.

Manual de Contratación Pública de La Cámara de Comercio, Industria y Servicios de La Rioja, y supletoriamente el 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.

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.

Durante la ejecución del contrato, cuantas desavenencias surjan entre las partes con motivo de la interpretación o cumplimiento del mismo, serán resueltas a través de la Corte de Arbitraje de la Cámara de Comercio, Industria y Servicios de La Rioja.

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 quién 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 61 de la Ley 30/2007 acrediten su capacidad de obrar y su solvencia financiera y económica según indican los artículos 63 y 64, así como la solvencia técnica según el artículo 66 de la citada Ley.

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

- Para empresas españolas que fueren personas jurídicas: mediante la escritura o documento de constitución, los estatutos o el acta fundacional, en los que consten el objeto social y las normas por las que se regula su actividad, debidamente inscritos, en su caso, en el Registro público que corresponda, según el tipo de persona jurídica de que se trate.

- Para empresas no españolas que sean nacionales de Estados miembros de la Unión Europea: se acreditará por su inscripción en el registro procedente de acuerdo con la legislación del Estado donde estén establecidos, o mediante la presentación de una declaración jurada o un certificado, en los términos que se establezcan reglamentariamente, de acuerdo con las disposiciones comunitarias de aplicación.

- Para las demás empresas: deberán acreditar su capacidad de obrar con informe de la Misión Diplomática Permanente de España en el Estado correspondiente o de la Oficina Consular en cuyo ámbito territorial radique el domicilio de la empresa

b) Solvencia económica y financiera:

- Declaraciones apropiadas de entidades financieras

c) Solvencia técnica y profesional:

- Se acreditará mediante la presentación de una relación de los principales servicios o trabajos a los que son objeto de este contrato, realizados en los tres últimos años (al menos), haciendo referencia a las actividades relacionadas con comercio y en especial al comercio ciudad, y campañas similares.

- Dossier incluyendo nombres y cualificación profesional del personal responsable de ejecutar la prestación.

- Dossier con detalle de dedicación de los medios personales o materiales suficientes para la ejecución de este proyecto.

Subcontratación.

En el caso de que la empresa subcontrate partes de la actividad, deberá indicar el trabajo y el importe que se subcontratará así como incluirse la solvencia técnica de las empresas a subcontratar, acreditada de la misma manera.

d) Declaración responsable de no estar incurso en prohibición de contratar, en virtud de las prohibiciones establecidas por el art.49 apartado 1, de la Ley 30/2007. La oferta se ajustará al modelo del Anexo II.

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

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

SOBRE 2: PROPUESTA, que contendrá:

1) Propuesta económica. La oferta se ajustará al modelo del Anexo I.

2) Propuesta técnica de los trabajos a realizar del contenido referido en el punto 4.

3) Programa y calendario de trabajo

4) Impacto de cada una de las actividades a desarrollar sobre el comercio ciudad. En él se fijarán los plazos parciales o fecha de terminación de las distintas etapas en que se subdivide el objeto del contrato y se expondrá exhaustivamente la metodología que el licitador propone seguir en el desarrollo de la prestación según las prescripciones técnicas.

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

10. PROCEDIMIENTO DE ADJUDICACIÓN.

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) 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:

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

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

- 20 puntos: Creatividad y desarrollo de la imagen así como su idónea integración con la imagen de ciudad “Hola, soy Logroño” y la incorporación de los logotipos requeridos.
- 20 puntos: Originalidad y creatividad en la estrategia de comunicación planteada en términos de impacto positivo e idoneidad y originalidad de las acciones y soportes propuestos para cumplir con los objetivos descritos en el punto 3.
- 40 puntos: Audiencia global de las inserciones y acciones propuestas, a través de la efectividad publicitaria y audiencia global de las inserciones propuestas, teniendo en cuenta:
 - Medio y la audiencia del mismo
 - Número de inserciones en cada medio.
 - Tipo de inserción según, y en función del medio de comunicación el formato, la duración, ubicación, horario, tamaño, así como cualquier otro factor objetivo o subjetivo que se considere apropiado.
 - Evaluación de los impactos y el retorno de los mismos según la audiencia conseguida.

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

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.

La mesa de contratación podrá declarar desierto el concurso.

11. PRESUPUESTO DE ADJUDICACIÓN Y FORMA DE PAGO.

Se fija como precio máximo de licitación la cantidad global de 127.000€ (IVA incluido)
En las proposiciones que presenten los licitadores el precio se entenderá con el Impuesto sobre el Valor Añadido.

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 en cuatro partes:
25% a la firma del contrato.
25% en la segunda quincena de julio

25% en la segunda quincena del mes de octubre
25% a la finalización de la campaña de publicidad, previa conformidad con la aportación de los documentos acreditativos de la realización de la misma.

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 el día 30 de diciembre de 2018.

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.

28 de febrero de 2018 a las 12.00 horas.

14. LUGAR DE PRESENTACIÓN DE OFERTAS.

Cámara de Comercio e Industria de La Rioja
Gran Vía 7-7º
26002 Logroño
Teléfono: 941.24.85.00
Fax: 941.23.99.65

Las ofertas se abrirán públicamente el mismo día 28 de febrero, a las 13:00h, en el mismo lugar.

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, INDUSTRIA Y SERVICIOS 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)