



PMC/Arm

MEMORIA XUSTIFICATIVA DA CONTRATACIÓN, MEDIANTE PROCEDEMENTO NEGOCIADO SEN PUBLICIDADE E EXCLUSIVIDADE, DO SERVIZO DE PATROCINIO PUBLICITARIO DO FESTIVAL SONRÍAS BAIXAS 2024, A CELEBRAR NO CONCELLO DE BUEU OS DÍAS 1, 2 E 3 DE AGOSTO DE 2024, COMO FESTIVAL INCLUÍDO NA MARCA RÍAS BAIXAS FEST PONTEVEDRA PROVINCIA.

Exp. núm.: 2024029403

A presente Memoria emítese en referencia e complemento ao establecido na Providencia de Inicio do servizo solicitante, de data 05/05/2024 (CSV: TQJoNL0N2CP87YMO) e no informe complementario, de data 14/06/2024 (CSV: UP12Y LXQZXCEWMG3).

1. Servizo solicitante:

Turismo Rías Baixas

2. Necesidade e idoneidade do contrato:

Un dos principais obxectivos do Servizo Turismo Rías Baixas é o da promoción do destino e crear unha imaxe global de marca baixo a denominación "Rías Baixas", englobando todo o territorio da provincia de Pontevedra. A evolución positiva dos últimos anos pon en evidencia a contribución socioeconómica dos festivais de música na provincia de Pontevedra, xerando riqueza, creando emprego e contribuíndo ao crecemento doutros sectores económicos da zona, como son o comercio, a hostalaría, o transporte ou o turismo.

Un deses festivais de referencia, no panorama musical, na nosa provincia, é o SONRÍAS BAIXAS, que terá lugar, neste ano 2024, a súa edición número 21, celebrándose entre os días 1, 2 e 3 de agosto no concello de Bueu. Respecto ao mesmo, o servizo de Turismo Rías Baixas informa que a empresa PLAY PLAN CULTURAL, S.L.U, con CIF B-94.168.705, coma titular da marca SONRÍAS BAIXAS, posúe o dereito exclusivo para a organización do festival e tamén dereito de utilizar a devandita marca no tráfico económico, constando no expediente o rexistro da marca pola devandita empresa (CSV: C36OOKBYABUUEBIJ).

O Servizo de Turismo dispón de datos que analizan os efectos positivos do Festival SONRÍAS BAIXAS (prego de prescricións técnicas apartado 3) en edicións precedentes, non só na comarca, se non coma reclamo para o resto da provincia, sendo un revulsivo económico para o territorio, e cumprindo cos tres piares nos que o Servizo de Turismo estima que deben apoiarse as propostas de patrocinio: alto valor engadido, sinerxías coa localidade a través de distintas accións e actividades, e fomento do turismo no territorio, sendo a súa antigüidade de máis de catro anos, e atopándose na súa vixesimoprimeira edición. Ademais ten calidade e prestixio, avalada por diferentes premios a nivel español e europeo nos últimos anos. Chegando a ser premiado este ano nos Iberian Festival Awards 2023, na categoría de mellor promoción turística. E obtendo ata 10 nominacións máis neste premio. Así como sendo nominado,



tamén, nos Premios Fest 2023, na categoría Festival de pequeno formato, nominación repetida en anteriores edicións.

Polo tanto o impacto do Festival SONRÍAS BAIXAS 2024 considérase positivo para a dinamización económica da área na que ten lugar o evento, que mellora a imaxe do destino e que contribúe a promoción e difusión da marca Rías Baixas.

Polo que dende o Servizo de Turismo, ao non contar cos medios propios necesarios para levar a cabo este tipo de eventos musicais, considera beneficioso para a administración este patrocinio, xa que con este apoio se pode dar cumprimento aos fins institucionais que lle son propios e recoñecidos na lexislación actual, concretamente na Lei 7/1985, de 2 de abril; reguladora das Bases de Réxime Local; BOE núm. 80 de 3 de abril), onde segundo o artigo 36.1.d), ten encomendada a “cooperación no fomento do desenvolvemento económico e social e na planificación no territorio provincial, de acordo cas competencias das demais administracións Públicas neste ámbito”.

3. Obxecto do contrato:

Réxime xurídico:	Lei 9/17, de 8 de novembro, de Contratos do Sector Público. <input type="checkbox"/> ADMINISTRATIVO <input type="checkbox"/> ADMINISTRATIVO ESPECIAL <input checked="" type="checkbox"/> PRIVADO	
Tipo:	<input type="checkbox"/> OBRA <input checked="" type="checkbox"/> SERVIZO <input type="checkbox"/> SUBMINISTRACIÓN <input type="checkbox"/> CONCESIÓN DE OBRAS <input type="checkbox"/> CONCESIÓN DE SERVIZOS <input type="checkbox"/> MIXTO	
Regulación harmonizada:	<input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NON	
Obxecto e contido:	Servizo de patrocinio publicitario do festival Sonrías Baixas 2024, a celebrar no concello de Bueu os días 1, 2 e 3 de agosto de 2024, como festival incluído na marca Rías Baixas Fest Pontevedra Provincia. <i>*Calquera cambio ou modificación na organización ou desenvolvemento do evento terá que ser previamente comunicado ao Servizo de Turismo Rías Baixas, que se reserva o dereito a proceder unha vez recibida a comunicación.</i>	
CPV:	79341000-6 Servizos de publicidade	
Lotes:	<input type="checkbox"/> SI	Son os seguintes:
	<input checked="" type="checkbox"/> NON	<u>Xustificación:</u> O servizo xestor informa na providencia de inicio que non procede a división en lotes do contrato por ser o seu obxecto único sen que se poida realizar de forma independente, sendo a empresa organizadora quen posúe o dereito exclusivo para a organización do festival como propietaria da marca Sonrías Baixas nº rexistro M3644911 (CSV:



		C36OOKBYABUUEBIJ), considerando este un dos motivos válidos que recolle a Lei no seu artigo 99.3 para a non división en lotes.
Admisión variantes:	de	<input type="checkbox"/> SI, estableceranse no prego. <input checked="" type="checkbox"/> NON

4. Duración

PRAZO DE EXECUCIÓN PRAZO DE DURACIÓN

<p>O servizo terá un prazo máximo de duración dende a data de formalización do contrato e ata o 3 de outubro do 2024.</p> <p>Calquera cambio ou modificación na organización ou desenvolvemento do evento terá que ser previamente comunicado ao Servizo de Turismo Rías Baixas, que se reserva o dereito a proceder unha vez recibida a comunicación.</p>
--

Prórroga/s: SI NON

5. Orzamento base de licitación:

(límite máximo de gasto, incluído IVE):

CONCEPTO	CUSTO
Custos directos	41.000,00 €
IVE (21%)	8.610,00 €
TOTAL	49.610,00 €

*XUSTIFICACIÓN DOS PREZOS

Convén sinalar que a prestación económica a abonar polo patrocinador non está suxeita a tarifas preestablecidas, como ocorre nos contratos de difusión publicitaria; iso non impide a súa consideración como auténtico prezo do contrato que, determinándose polo libre xogo da vontade das partes, en virtude de criterios de oportunidade, "cotización" da imaxe cuxo uso se cede, ou ben polo simple xogo da oferta e a demanda, constitúe a contraprestación do patrocinador e, por tanto, forma parte do contido obrigatorio do contrato de patrocinio publicitario como elemento esencial do seu obxecto.

Neste sentido o artigo 100.2 LCSP establece que "No momento de elaboralo (o orzamento base de licitación), os órganos de contratación coidarán de que o orzamento base de licitación sexa adecuado aos prezos do mercado". Para verificar que o prezo do contrato é de mercado, deberá comprobarse se o expediente contén algunha documentación xustificativa que permita valorar as prestacións que debe efectuar o patrocinado. A estes efectos, poderíase comparar o custo do patrocinio publicitario co custo de contratar servizos publicitarios profesionais para a obtención do mesmo impacto ou difusión pública. Así



mesmo, podería compararse o prezo acordado co que estaría disposto a pagar un patrocinador privado polas mesmas prestacións que debe efectuar o suxeito patrocinado, ou calquera outro medio que permita xustificar a existencia daquela equivalencia.

Finalmente, convén sinalar que a pesar de que no artigo 100.2 da LCSP se indica que se deben desagregar os costes directos e indirectos e outros eventuais gastos calculados para a súa determinación; nas instrucións para a tramitación dos expedientes de contratación facilitadas aos servizos desta institución no epígrafe 5.1 vii do Orzamento base de licitación sinalase que tal extremo non é preciso nos contratos menores e nos simplificados abreviados.

É certo que non nos atopamos en ningún destes casos, pero si que nos atopamos no caso dun patrocinio que basea a repercusión no calculo do retorno publicitario de xeito bastante sinxelo, unha vez analizados os informes de medios presentados pola empresa organizadora do evento, polo cal non se incorporou no expediente os cálculos desagregados en costes directos ou indirectos. Sen embargo, enténdese pola especificade do contrato que os costes directos son os que teñen que ver coa publicidade, xa sexa a realizada en medios por cada un dos festivais como a ofrecida por cada un deles para a montaxe ou cesión de chan para colocación de stands por parte de Deputación de Pontevedra, a instalación de publicidade da Deputación ou de Rías Baixas en cada caso ou a inserción do logotipo en medios non convencionais. A tal efecto incluíse no expediente a diferenciación publicitaria en medios propios e externos, modificando este aspecto con respecto a anos anteriores.

Tendo en conta a memoria de adhesión á marca *RiasBaixasFest*, e ás prestacións realizadas ata agora, en diferentes anualidades e cuantificando o importe do retorno nun total de 1.119.365,00 €, procedemos a detallar de xeito resumido as mesmas:

Concepto	Impacto
Insercións de logotipo no recinto do festival (lonas, valados ou outros elementos)	41.000,00 €
Insercións de logotipo en materiais de comunicación off-line e online (prensa escrita, banners, web, newsletter, etc.)	906.365,00 €
Rolda de prensa	22.000 €
Redes sociais	150.000 €

A continuación, detallamos o contido mínimo que xustificaría o prezo do patrocinio e que o licitador debe cumprir, así como a estimación económica dos mesmos:

ACCÍONS PUBLICITARIAS EN MEDIOS PROPIOS OU EXTERNOS

1. Obrigacións relativas á publicidade institucional no recinto do festival

- Espazo reservado para colocación de publicidade institucional
- Espazo reservado para colocación de carpas institucionais

Durante a realización do festival, o logo da marca turística provincial "Rías Baixas" deberá aparecer nos soportes nas lonas, valos ou outros soportes similares que se atopen no recinto onde se celebra o evento.



O tamaño da marca turística provincial inserido terá unha visibilidade adecuada, e o espazo será consensuado co centro xestor.

A isto hai que engadirlle que a empresa organizadora realiza o deseño, e dende un punto de vista cuantitativo, estamos a falar de que o deseño e produción deste tipo de materiais teñen un custo de entre 2000 - 3.000 €.

Todas estas publicacións equivalen a realizar unha promoción dende o Servizo de Turismo da Deputación de Pontevedra, que coas características detalladas anteriormente e comparándoa con outras campañas de ámbito rexional/nacional levadas a cabo dende o centro xestor baixo o Plan de Medios que se executa, poderíamos dicir que o importe aproximado será de 30.000€.

O adxudicatario tamén se compromete a colaborar coas campañas de sensibilización levadas a cabo dende a institución, polo que deberá existir un espazo no que a institución poida desenvolver a actividade, que ten un prezo aproximado de 2.000€.

2. Obrigacións relativas á publicidade institucional en materiais de comunicación on-line e off-line

- Colocación de logo institucional en soportes e medios on-line e off-line
- Publicidade en redes sociais

Durante a campaña de comunicación e nas accións en medios on-line e off-line que se desenvolvan, farase mención o lugar de celebración do evento, utilizarase unha linguaxe inclusiva, mencionarse ou etiquetarse o destino Rías Baixas, xeolocalizárense ou localizárense as fotografías do destino e usarase o lema oficial Rías Baixas Fest ou #RíasBaixasFest.

O adxudicatario colocará valos publicitarios na comunidade galega, e carteis nos núcleos de poboación principais. A campaña complementarase coa planificación en medios afíns, especializados en axendas culturais como Cadena SER, La Voz de Galicia, ademais estableceranse publicacións con Faro de Vigo.

Sinalándose na seguinte táboa as audiencias obtidas por estes medios no ano 2023:

Medio	Oíntes/televidentes EGM (3 ^{er} ola 2023, en miles)	Lectores EGM (3 ^{er} ola 2023, en miles)
Cadena Ser	336	
La Voz de Galicia		396
Radio Galega		
Boísimo	Non auditado	
Radiónica	Non auditado	
Faro de Vigo		173
Diario de Pontevedra		
Guía Go	Non auditado	
Metropolitano	Non auditado	

Todas estas contraprestacións durante a promoción do festival, equivale a realizar unha promoción dende o Servizo de Turismo da Deputación de Pontevedra, que coas características detalladas anteriormente e



comparándoa con outras campañas de ámbito rexional/nacional levadas a cabo dende o centro xestor baixo o Plan de Medios que se executa, poderíamos dicir que o importe aproximado sería duns 50.000€.

A isto hai que engadirlle que a empresa organizadora, ademais da publicidade que realizará nas súas redes sociais, poderá acordar cos artistas que, a través das súas redes sociais, mencionen a Rías Baixas e utilicen o hashtag oficial #RiasBaixasFest .

A empresa poderá garantir un alcance mínimo total de 1.000.000 persoas en redes sociais (totais, suma das contas oficiais da adxudicataria e soamente de algún dos artistas). Actualmente os datos dos que o centro xestor dispón, ademais dos achegados pola empresa promotora, son os obtidos nas redes sociais oficiais de cinco dos artistas (dos mais da véntena que atuan no festival) e do festival, sendo estes:

Redes sociais	Seguidores
SonRías Baixas e Play Plan	62.497
La oreja de Van Gogh, Álvaro de Luna, Rozalen, Tanxugueiras e Rayden en facebook	7.535.000
La oreja de Van Gogh, Álvaro de Luna, Rozalen, Tanxugueiras e Rayden en X	1.129.700
La oreja de Van Gogh, Álvaro de Luna, Rozalen, Tanxugueiras e Rayden en instagram	1.793.000
La oreja de Van Gogh, Álvaro de Luna, Rozalen, Tanxugueiras e Rayden en TikTok	355.300
TOTAL	10.875.497

Dende un punto de vista cuantitativo, o custo por impacto en redes sociais calcularase aplicando os datos suxeridos nos informes públicos de Hootsuite e AdEspress (plataformas para xestionar campañas en redes sociais por parte de persoas ou organizacións), que establecen un tramo por CPC de entre 0,033€ e 0,042€. Neste sentido, e tendo presentes os termos de eficiencia económica e técnica, o Servizo de Turismo decide establecer un prezo de 0,035 por CPC, polo que suporía un valor de 35.000€ correspondente o alcance mínimo total establecido de 1.000.000 persoas.

3. Obrigacións relativas á publicidade institucional en canto ás relacións públicas

- Rolda de prensa de presentación do evento
- Invitacións de acceso ó festival

Previa realización do evento o adxudicatario realizará unha presentación do mesmo conxuntamente coa institución. No acto farase mención o lugar de celebración do evento, utilizarase unha linguaxe inclusiva, mencionarse o destino Rías Baixas, realizaranse fotografías e usarase o lema oficial Rías Baixas Fest.

Esta tipoloxía de actos, que dende o Servizo de Turismo se teñen realizado para outras ocasión, ten un prezo aproximado de 2.000€ que inclúen os recursos humanos e técnicos necesarios para organizar o acto.

Tamén previa realización, entregaranse o número de entradas acordado. O prezo dos abonos é de 60€, polo que a institución provincial acóllese ó prezo máximo, que multiplicado por 20 abonos, arroxa un total de 1200€.

Resumo de contraprestacións e importe estimado:



Concepto	Importe estimado
Obrigacións relativas á publicidade institucional no recinto do festival	35.000,00 €
Obrigacións relativas á publicidade institucional en materiais de comunicación on-line e off-line	85.000,00 €
Obrigacións relativas á publicidade institucional en canto ás relacións públicas	3.200,00 €
TOTAL	123.200,00 €

Así mesmo, se comparásemos o investimento que realizará a institución provincial neste patrocinio, 41.000,00 euros, cuxo retorno vai máis aló dos impactos publicitarios, polo valor engadido que supón este tipo de eventos onde previsiblemente existe un retorno económico para a zona onde se desenvolve, e que o prezo da campaña anual de publicidade do destino Rías Baixas é de 163.963,48 euros, por tanto, o prezo establecido e visto os datos estimados usados, dende o Servizo de Turismo considérase que sería un prezo beneficioso para a administración, podéndose comprobar antes do pago co informe do impacto publicitario obtido, onde a empresa licitadora terá presentar un informe onde se valore o retorno publicitario sobre o patrocinio recibido.

Así mesmo, establecemos a valoración económica das obrigas ás que se compromete o adxudicatario deste patrocinio.

VALORACIÓN ECONÓMICA (OBRIGAS COMÚNS)	
CONCEPTO	IMPORTE
Plan de comunicación	9.000,00 €
Espazo Deputación	3.000,00 €
Cesión entradas e abonos	3.000,00 €
Redes sociais	2.000,00 €
TOTAL	17.000,00 €

VALORACIÓN ECONÓMICA (OBRIGAS PARTICULARES DO FESTIVAL)	
CONCEPTO	IMPORTE
Banner web oficial	4.000,00 €
Pulseiras festival	6.000,00 €
Rolda de prensa	2.000,00 €
Difusión Video promocional TRB durante o festival	3.000,00 €
Pantallas de realización	1.000,00 €



Publicidade en soportes convencionais (lonas, valos, roll ups)	3.000,00 €
Post mínimos en redes sociais 20 xeolocalizando o destino+hastag oficial #RiasBaixasFest e etiqueta/mención Turismo Rías Baixas/Deputación de Pontevedra	2.000,00 €
Difusión do Video promocional TRB nas redes sociais	3.000,00 €
TOTAL	24.000,00 €

6. Valor estimado:

(importe total, sen IVE, estimado como pagadoiro)

CONCEPTO	CUSTO
Orzamento base de licitación sen IVE	41.000,00 €

7. Prezo:

a. Sistema de determinación:

PREZOS UNITARIOS PREZO A TANTO ALZADO PREZOS PROVISIONAIS

b. Revisión:

SI NON

c. Pago:

TOTAL PARCIAL MEDIANTE ABONOS A CONTA NOS VENCEMENTOS ESTIPULADOS

O prezo do contrato farase efectivo contra a presentación de factura. Previamente a empresa deber cubrir os seguintes fitos:

- Previa a celebración do evento a entrega de documentación do festival (plan de lecer non sexista, plan de igualdade, plan de sustentabilidade e plan de comunicación), cesión de entradas para sorteo e materiais gráficos para redes sociais da institución.
- Presentación da memoria final do evento, informe de medios que avale o impacto da marca e memorias dos plans de lecer non sexista, plan de igualdade e plan de sustentabilidade.

A factura deberá acompañarse dos xustificantes da publicidade realizada do festival co logo de Turismo Rías Baixas (copia de páxina enteira en que aparece o anuncio completo en medios escritos; certificados de emisión no caso de radios, televisión e online; e fotografías dos soportes publicitarios exteriores), xunto á factura correspondente emitida por cada medio de comunicación contratado como soportes publicitarios externos do seu plan de comunicación, e xustificante do pago a través do debito bancario da conta titular do festival, como requisito indispensable para o pago da factura.

Coa xustificación anteriormente indicada deberase presentar un documento tipo índice cunha relación numerada correlativa de todas e cada unha das facturas xustificativas do gasto que se acheguen, con especificación de, polo menos, a súa data, provedor (tanto nome fiscal como como comercial do medio,



no seu caso), concepto, importe da oferta, importe final xustificado, diferenza coa oferta e data de pago. As facturas presentadas e a súa documentación correspondente deberán identificarse e ordenarse correlativamente segundo número de orde asignada na relación numerada.

A relación numerada das facturas dos medios deberá seguir o seguinte modelo:

N	DATA FACTURA	PROVEEDOR	CONCEPTO	IMPORTE OFERTA	IMPORTE XUSTIFICADO	DIFERENCIA	DATA PAGO
1							
2							
...							

No caso de que a empresa adxudicataria non xustifique adecuadamente a factura de patrocinio segundo as condicións anteriormente enunciadas, ou o importe xustificado sexa menor que o presentado na oferta, o importe a pagar por parte da administración contratante será o equivalente ao xustificado correctamente.

A facturación realizarase á finalización do festival e sempre antes do 3 de outubro de 2024. E sempre debendo achegar a documentación xustificativa do informe de medios que permita calcular o retorno económico do patrocinio.

Se por causas de forza maior, alleas ao adxudicatario, non se realiza o festival, este deberá acreditarse con certeza. Nestas circunstancias, só se pagará a parte do plan de medios executado, minorándose por tanto a parte non executada debido á non celebración do festival.

8. Procedemento:

a. **Tramitación:** ANTICIPADA ORDINARIA URXENTE* DE EMERXENCIA

b. Órgano competente:

PRESIDENTE*

*Competencia delegada na deputada delegada da área de Infraestruturas Públicas, Mobilidade e Contratación (Resolución Presidencial núm. 2024002173, de delegación de atribucións da Presidencia nos centros e áreas de servizos, concretada mediante Resolución Presidencial número 2024002205, de 15 de marzo de 2024).

XUNTA DE GOBERNO (Base núm.16.2 das Bases de Execución do Orzamento 2024, de delegación das competencias da Presidencia).

PLENO.

c. Procedemento de adxudicación:

ABERTO

LICITACIÓN CON NEGOCIACIÓN

ABERTO SIMPLIFICADO

NEGOCIADO SEN PUBLICIDADE

ABERTO SIMPLIFICADO ABREVIADO (Art. 159.6 LCSP)

DIÁLOGO COMPETITIVO

ASOCIACIÓN PARA A INNOVACIÓN



RESTRINXIDO

d. Xustificación da elección do procedemento de adxudicación:

Co obxecto de promover a celeridade e obxectividade nos procedementos, optárase, como regra xeral, polo procedemento máis áxil permitido legalmente, sendo, neste caso, o seguinte:

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Procedemento ordinario, segundo o artigo 131.2 LCSP. | <input type="checkbox"/> Suposto do artigo 167 LCSP. |
| <input type="checkbox"/> Concorrenza das condicións do artigo 159.1 LCSP. | <input checked="" type="checkbox"/> Suposto do artigo 168 LCSP. |
| <input type="checkbox"/> Concorrenza das condicións do artigo 159.6 LCSP. | <input type="checkbox"/> Suposto do artigo 177 LCSP. |

Xustificación: Maior axilidade. Solicitado polo Servizo Xestor.

O servizo de Turismo Rías Baixas na súa proposta indica que a este contrato non se lle vai dar publicidade posto que se levará a cabo en exclusividade con Play Plan Cultural, S.L.U. (B94168705), que coma titular da marca SONRÍAS BAIXAS, posúe en exclusiva os dereitos para a organización do festival e utilizar a devandita marca no tráfico económico, constando no expediente o rexistro da marca pola devandita empresa (CSV: C360OKBYABUUEBIJ), sendo a protección dos dereitos exclusivos dun empresario determinado, incluídos os dereitos de propiedade intelectual e industrial, un dos supostos que xustifican a utilización deste procedemento, a tenor do recollido no artigo 168.a).2º LCSP.

9. Criterios de solvencia técnica o profesional, económica e financeira.

Os medios para acreditar a solvencia económica e financeira e técnica ou profesional poderanse realizar mediante a achega dos documentos que a Lei establece entre os previstos nos artigos 87 a 91 LCSP.

Criterio de solvencia económico-financieira: Volume anual de negocios (art.87.1 LCSP)

Determinación: Deberase acreditar un volume anual de negocios, referido ao mellor exercicio dentro dos tres últimos dispoñibles en función das datas de constitución e de inicio de actividades da empresaria ou empresario e de presentación das ofertas, por un importe igual ou superior a unha vez e media o valor estimado do contrato ($41.000,00 \text{ €} \times 1,5 = 61.500,00 \text{ €}$).

A acreditación deste requisito realizarase como regra xeral mediante un certificado de importe neto da cifra de negocios expedido pola AEAT, ou coa aportación do resume da declaración do IVE presentada en Facenda (modelo 390).

Cando o licitador/a sexa unha entidade que non estea obrigada a realizar declaración do IVE, eses porcentaxe deberá reflectirse por medio das súas contas anuais aprobadas e depositadas no Rexistro Mercantil, si a empresaria ou o empresario estivese inscrito no devandito rexistro, e, en caso contrario, polas depositadas no rexistro oficial no que deba estar inscrito. As e os empresarios individuais non inscritos no Rexistro Mercantil acreditarán o seu volume anual de negocios mediante os seus libros de inventarios e contas anuais legalizados polo Rexistro Mercantil.



Criterio de solvencia técnica ou profesional:

- Relación das obras executadas no curso dos derradeiros cinco anos (art.88.1 a) LCSP)
- Relación das principais subministracións realizadas no curso dos derradeiros tres anos (art.89.1 a) LCSP)
- Relación dos principais servizos ou traballos realizados no curso dos derradeiros tres anos (art.90.1 a) LCSP)

Determinación: Relación dos principais servizos realizados de igual ou similar natureza que os que constitúen o obxecto do contrato no curso de, como máximo, os tres últimos anos, na que se indique o importe, a data e a destinataria ou destinatario, público ou privado, e precise se se realizaron segundo as regras que rexen a profesión e se se levaron normalmente a bo termo (cubrir o modelo anexo deste prego).

Os servizos efectuados acreditaranse mediante certificados expedidos ou visados polo órgano competente, cando a destinataria sexa unha entidade do sector público; cando o destinatario sexa un suxeito privado, mediante un certificado expedido por este ou, a falta deste certificado, mediante unha declaración da ou do empresario, xunto cos documentos obrantes no seu poder que acrediten a realización da prestación; no seu caso, estes certificados serán comunicados directamente ao órgano de Contratación pola autoridade competente.

O importe anual acumulado non ano de maior execución (sen incluír o Imposto sobre o valor engadido) debe ser igual ou superior ao 70% do valor estimado do contrato (41.000,00 € x 0,7 = 28.700,00 €).

Coa solvencia seleccionada preténdese asegurar a capacidade da empresa contratista para facer fronte ás obrigacións que poda contraer, e garantir que dispón dos medios materiais, persoal, cualificación, coñecementos, fiabilidade e experiencia axeitados para acometer, con garantías de éxito, a execución do contrato.

Esta necesidade de solvencia indícarase no anuncio de licitación ou na invitación a participar no procedemento e detallárase nos pregos, de xeito que os criterios estean perfectamente determinados conforme aos referenciados na propia Lei, e relacionados co importe e obxecto do contrato.

***Criterio de solvencia técnica ou profesional para as empresas de nova creación** (antigüidade inferior a cinco anos):

<input checked="" type="checkbox"/> SI	<p><u>Motivo:</u></p> <p><input type="checkbox"/> Contrato de obras de valor estimado inferior a 500.000,00 euros.</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Contrato de servizo/subministración non suxeito a regulación harmonizada.</p>
	<p><u>Determinación:</u></p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Declaración indicando maquinaria, material e equipo técnico do que se disporá para a execución dos traballos ou prestacións, ao que se xuntará a documentación acreditativa pertinente cando sexa requirida polos servizos dependentes do órgano de contratación.</p>
<input type="checkbox"/> NON	

Coa solvencia seleccionada preténdese asegurar a capacidade da empresa contratista para facer fronte ás obrigacións que poda contraer, e garantir que dispón dos medios materiais, persoal, cualificación, coñecementos, fiabilidade e experiencia axeitados para acometer, con garantías de éxito, a execución do contrato.



Esta necesidade de solvencia indicárase no anuncio de licitación ou na invitación a participar no procedemento e detallárase nos pregos, de xeito que os criterios estean perfectamente determinados conforme aos referenciados na propia Lei, e relacionados co importe e obxecto do contrato.

10. Criterios de adxudicación do contrato:

a. Pluralidade de criterios:

SI: Mellor relación calidade-prezo SI: Mellor relación custe-eficacia NON

Co obxecto de promover a axilidade e obxectividade nos procedementos, optárase, como regra xeral, por incluír criterios avaliábles mediante a mera aplicación das fórmulas establecidas nos pregos, xa sexan criterios cualitativos ou económicos.

b. Xustificación:

O servizo xestor xustifica que a única empresa a invitar por tratarse dun contrato en exclusiva é Play Plan Cultural, S.L.U. con CIF (B94168705). Polo tanto, as condicións de prestación do servizo son marcadas por dita empresa que ten a exclusividade.

c. Fórmula:

Establécese nos pregos.

d. Xustificación da fórmula:

A elección da fórmula ven motivada por considerar que garante a selección da oferta economicamente máis vantaxosa tal e como se establece no artigo 1 LCSP. Esta fórmula incentiva ás empresas licitadoras a propor a mellor baixa posible para tentar que dita baixa sexa superior á baixa media de todas as presentadas (bm), establecendo para iso dous tramos (un para as baixas que son inferiores ou iguais á baixa media, e outro para as baixas superiores a dita baixa media) nos cales as elasticidades das puntuacións presentan diferentes comportamentos de forma gradual, obtendo unha maior puntuación e de forma progresiva aquelas baixas que son superiores á baixa media.

Valores anormais

Basease a determinación da desproporcionalidade exclusivamente no criterio do prezo, xa que os demais criterios non se consideran transcendentales para estes efectos.

NON PROCEDE.

e. Melloras: SI, estableceranse no prego. NON





11. Condicións especiais de execución:

Por mandato do artigo 70 da Directiva 2014/24, o art. 202 LCSP concede aos órganos de contratación a posibilidade de establecer, nos pregos, condicións de execución dos contratos de tipo social, ambiental e de innovación, establecendo a obriga de que en todos os pregos se inclúa polo menos unha.

Por este motivo, nas cláusulas particulares do prego estableceranse varias condicións especiais, que pretenden, entre outras cousas, preservar a linguaxe inclusiva, asegurar o pagamento ás empresas subcontratistas ou que as condicións de traballo se rexan polo último convenio colectivo sectorial e territorial vixente.

12. Outras indicacións:

a. Redacción dos pregos:

Deberanse redactar uns pregos, que poderán incluír cales queira pactos, cláusulas e condicións, sempre que non sexan contrarios ao interese público, ao ordenamento xurídico e aos principios de boa administración, tendo en conta que o contrato non poderá incluír estipulacións que establezan dereitos e obrigacións para as partes distintos dos previstos nos pregos, concretados, no seu caso, no xeito que resulte da proposición do adxudicatario.

b. Preparación do expediente:

A celebración de contratos por parte das Administracións Públicas requirirá a previa tramitación do correspondente expediente, de conformidade co establecido no artigo 116 LCSP. Ao expediente incorporaranse o prego de cláusulas administrativas particulares e o de prescricións técnicas que vaian a rexer o contrato, o certificado da existencia de crédito e a fiscalización previa da Intervención. Completado o expediente, ditarase resolución motivada polo órgano de contratación aprobándoo e dispoñendo a apertura do procedemento de adxudicación. A devandita resolución implicará tamén a aprobación do gasto, e deberá publicarse no perfil do contratante.

c. Inicio da licitación:

Publicarase un anuncio de licitación, segundo o establecido no artigo 135 LCSP, no que se indicará o prazo aprobado polo órgano de contratación para a presentación de ofertas ou solicitudes de participación, segundo corresponda, que en todo caso deberá respectar os seguintes prazos mínimos:

- PROCEDIMENTO ABERTO NON SARA: 15 días naturais, contados desde o día seguinte ao da publicación do anuncio de licitación do contrato no perfil do contratante. En obras, concesión de obras e concesión de servizos: 26 días naturais, contados desde o día seguinte ao da publicación do anuncio de licitación do contrato no perfil do contratante.
- PROCEDIMENTO ABERTO SARA: En obras, subministracións e servizos, 35 días naturais, desde a data de envío do anuncio de licitación á Oficina de Publicacións da Unión Europea. Dito prazo





poderá reducirse a 30 días naturais, desde a data de envío do anuncio de licitación á Oficina de Publicacións da Unión Europea, de conformidade co artigo 156.3.c) LCSP, dado que a presentación de ofertas se realiza por medios electrónicos.

En concesión de obras e concesión de servizos: 30 días naturais, desde a data de envío do anuncio de licitación á Oficina de Publicacións da Unión Europea.

- PROCEDEMENTO ABERTO SIMPLIFICADO: 15 días naturais, contados desde o día seguinte ao da publicación do anuncio de licitación do contrato no perfil do contratante. En obras, 20 días naturais, contados desde o día seguinte ao da publicación do anuncio de licitación do contrato no perfil do contratante.
- PROCEDEMENTO ABERTO SIMPLIFICADO ABREVIADO (Artigo 159.6 LCSP): 10 días hábiles, contados desde o día seguinte ao da publicación do anuncio de licitación do contrato no perfil do contratante. En compras correntes de bens dispoñibles no mercado, 5 días hábiles, contados desde o día seguinte ao da publicación do anuncio de licitación do contrato no perfil do contratante.
- PROCEDEMENTOS RESTRINXIDO, LICITACIÓN CON NEGOCIACIÓN E DIÁLOGO COMPETITIVO NON SARA: 15 días naturais, contados desde o día seguinte ao da publicación do anuncio de licitación.
- PROCEDEMENTOS RESTRINXIDO, LICITACIÓN CON NEGOCIACIÓN E DIÁLOGO COMPETITIVO SARA: 30 días naturais, desde a data de envío do anuncio de licitación á Oficina de Publicacións da Unión Europea.
- PROCEDEMENTO ASOCIACIÓN PARA A INNOVACIÓN NON SARA: 20 días naturais, contados desde a publicación do anuncio de licitación no perfil do contratante.
- PROCEDEMENTO ASOCIACIÓN PARA A INNOVACIÓN SARA: 30 días naturais, desde a data de envío do anuncio de licitación.
- PROCEDEMENTO NEGOCIADO SEN PUBLICIDADE: Neste procedemento non se realizará anuncio de licitación previa. Os prazos mínimos para a presentación de ofertas serán de 10 días naturais, a contar desde o envío da invitación.

d. Publicidade:

- Perfil do contratante. Coa finalidade de asegurar a transparencia e o acceso público á información relativa á súa actividade contractual, a Deputación de Pontevedra publicará todas as noticias, avisos e documentación relativa aos seus procedementos de contratación no seu perfil do contratante, aloxado na Plataforma de Contratación do Sector Público (<https://contrataciondeestado.es>).

Nos procedementos negociados sen publicidade publicarase a adxudicación e formalización do contrato no Perfil do contratante.



- Diario Oficial da Unión Europea.

O que se informa aos efectos oportunos.
(Documento asinado electronicamente).

