

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA REALIZACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES DE COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN EN MEDIOS PROPIOS Y GANADOS DE LAS ACTIVIDADES DEL ORGANISMO AUTÓNOMO DE FIESTAS Y ACTIVIDADES RECREATIVAS DEL AYUNTAMIENTO DE SANTA CRUZ DE TENERIFE

1. OBJETO DEL CONTRATO

El servicio objeto de contratación es la realización de servicios profesionales de comunicación y difusión en medios propios y ganados de las actividades del Organismo Autónomo de Fiestas y Actividades Recreativas del Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife (en adelante, OAFAR).

2. LOTES

No procede la división del objeto del contrato en lotes puesto que se trata de un servicio único y homogéneo, que no es posible dividir sin afectar a la correcta ejecución del mismo.

3. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

Las tareas comprendidas en el servicio objeto del contrato son:

a) Elaboración de un plan de comunicación

Será responsabilidad de la adjudicataria la elaboración de un plan de comunicación, de carácter operativo, para la comunicación y difusión de las actividades del OAFAR a través de medios propios y ganados durante el plazo de ejecución del contrato.

El plan deberá abarcar un completo calendario de acciones a desarrollar, con especificación de sus objetivos y detalle de su definición.

El plan de comunicación será un instrumento flexible, dinámico y susceptible de modificación continua en aras de su optimización constante y adecuación al contexto temporal en cada momento. La adjudicataria podrá realizar, por iniciativa propia, propuestas de acciones informativas y de comunicación a incorporar en el plan.

El plan será elaborado por la adjudicataria en el plazo máximo de 21 días naturales a partir de la formalización definitiva de la adjudicación.

La tarea de “Elaboración de un plan de comunicación anual” de la presente licitación tiene carácter crítico, por lo que no puede ser objeto de subcontratación.

b) Creación de contenidos informativos y de comunicación para medios propios

Será responsabilidad de la adjudicataria la creación de contenidos informativos y de comunicación para medios propios digitales en formato redaccional, gráfico y audiovisual.

Para la creación de cada pieza informativa y de comunicación, la adjudicataria

presentará, con carácter previo, una propuesta creativa que incluya boceto o aproximación creativa y las correspondientes especificaciones técnicas. OAFAR podrá solicitar, antes de su aprobación, cualquier modificación de las propuestas que considere necesaria, incluyendo la reelaboración parcial o total de las mismas.

OAFAR no estará obligado a realizar todas las propuestas de contenidos presentadas por la adjudicataria, incluso aunque hayan sido elaboradas a su solicitud.

La creación de contenidos informativos y de comunicación comprenderá todos aquellos trabajos necesarios para la creación y publicación de las piezas correspondientes.

La tarea de “Creación de contenidos informativos y de comunicación, medios propios y soportes,” de la presente licitación tiene carácter crítico, por lo que no puede ser objeto de subcontratación.

c) Gestión de relaciones con medios de comunicación (gabinete de prensa)

Será responsabilidad de la adjudicataria la gestión de relaciones con medios de comunicación, desempeñando las funciones propias de un gabinete de prensa, incluida la elaboración y distribución de comunicados y notas de prensa y otros contenidos para medios ganados, la organización de convocatorias de prensa, la facilitación de entrevistas y cobertura mediática y la cobertura “in-situ”, fotográfica y/o audiovisual, de todas las actividades del OAFAR que se determinen.

En caso de que la adjudicataria determine la necesidad de contratar servicios externos para la realización, parcial o total, de la tarea de “Gestión de relaciones con medios de comunicación (gabinete de prensa)” deberá comunicar a OAFAR, con suficiente antelación, la identidad del proveedor seleccionado y las personas que van a desarrollar en concreto esta labor y la naturaleza y alcance de las prestaciones a realizar. Esta contratación deberá ser aprobada por OAFAR.

Todos los costes derivados de esta contratación serán por cuenta de aquella, correspondiéndole la dirección y el control de calidad de los trabajos a desarrollar por los distintos proveedores, siendo la única interlocutora con OAFAR durante el proceso de producción.

d) Difusión de contenidos a través de medios propios digitales

Será responsabilidad de la adjudicataria gestionar la publicación de contenidos sobre las actividades del de OAFAR, tanto los elaborados por ella misma como por parte de terceros, en las páginas web carnavaldetenerife.com y fiestasdesantacruz.com, perfiles en redes sociales de OAFAR y cualquier otro medio digital propio que se determine. Además, asumirá también los trabajos genéricos de actualización de contenidos, de interacción con la audiencia de estos medios, moderación de comentarios y publicación y optimización de su *engagement*.

La tarea de “Difusión de contenidos a través de medios propios digitales” de la presente licitación tiene carácter crítico, por lo que no puede ser objeto de subcontratación.

e) Mantenimiento técnico

Será responsabilidad de la adjudicataria el mantenimiento técnico de las webs carnavaldetenerife.com y fiestasdesantacruz.com (actualmente en PHP Wordpress), perfiles en redes sociales del OAFAR y cualquier otro medio digital propio que se determine.

La tarea de “Mantenimiento técnico” de la presente licitación tiene carácter crítico, por lo que no puede ser objeto de subcontratación.

f) Coordinación, seguimiento y medición

Será responsabilidad de la adjudicataria, para un correcto y eficiente desarrollo del contrato y de las tareas que comprende, la ejecución de un modelo idóneo de coordinación orientado a la optimización de los distintos procesos de trabajo. Dicho modelo deberá aplicarse a cada una de las tareas realizadas en el ámbito de las descritas en el presente Pliego de Prescripciones Técnicas.

Asimismo, será responsabilidad de la adjudicataria el seguimiento y medición de resultados de las distintas acciones a ejecutar a través de una metodología que permita la evaluación de su eficacia en relación a su actividad, alcance y *engagement*.

La tarea de “Coordinación, seguimiento y medición” tiene carácter crítico, por lo que no puede ser objeto de subcontratación.

4. RECURSOS TÉCNICOS Y EQUIPO DE TRABAJO

Las licitadoras deberán contar con los recursos técnicos necesarios para la ejecución del objeto del contrato. El equipo de trabajo asignado al objeto del contrato se ajustará a lo determinado en los términos de la adjudicación. En todo caso, deberá estar conformado, al menos, por los siguientes perfiles, que deberán ser desempeñados por personas diferentes, no pudiendo una misma persona asumir las tareas de más de un perfil:

Dirección de cuenta

Será responsable de la coordinación necesaria para la correcta ejecución de todos los trabajos a desarrollar por parte de la adjudicataria y de la interlocución con OAFAR a o persona física o jurídica que esta determine, sin menoscabo de la participación, cuando se solicite, de otras personas del equipo en esta interlocución. Asumirá, de manera directa y personal, el control técnico de las tareas incluidas en el contrato y la dirección, supervisión y coordinación del equipo de trabajo asignado al mismo. Igualmente, será responsable de la tarea de la elaboración del plan de comunicación.

La persona responsable de la supervisión de cuenta, que deberá estar integrada en la plantilla de la adjudicataria (perteneciendo al Grupo profesional 1: Directores), actuará como coordinadora del contrato frente al OAFAR, siendo designada al efecto para ello por la adjudicataria y actuará como interlocutor de la adjudicataria frente a OAFAR, canalizando la interlocución entre OAFAR y el personal integrante del equipo de trabajo de la adjudicataria, en todo lo relativo a las cuestiones derivadas de la ejecución del contrato. La interlocución será en castellano.

Debe contar con licenciatura o grado universitario en Publicidad, Ciencias de la Información, Comunicación, Marketing o titulación asimilable o, en su defecto, otra licenciatura, grado universitario o grado superior de FP y máster en estas materias o asimilables y/o experiencia mínima de cinco años en la coordinación de proyectos de publicidad y/o comunicación.

Grupo profesional: Dirección.

La dedicación al contrato de la persona responsable de la dirección de cuenta será de 280 horas.

En atención a la naturaleza de las actividades desarrolladas por el OAFAR y los horarios en las que estas se desarrollan principalmente, el 5% de estas horas se distribuirán de manera irregular fuera de la jornada de trabajo establecida en el Convenio Colectivo de Empresas de Publicidad (excepto en festivos, sábados, domingos y horario de verano). Adicionalmente, en atención a las mismas necesidades, el 10,71% de las horas de dedicación serán horas extraordinarias.

Responsable de creación y difusión de contenidos

Será responsable, bajo la supervisión de la persona responsable de la dirección de cuenta, de las tareas de creación y producción de contenidos informativos y de comunicación y de difusión de contenidos a través de medios propios.

Debe contar con licenciatura o grado universitario o superior en Diseño, Bellas Artes, Publicidad, Ciencias de la Información, Comunicación, Marketing o titulación asimilable o, en su defecto, otra licenciatura, grado universitario y máster en estas materias o asimilables y/o experiencia mínima de tres años en materia de responsable de la gestión de contenidos informativos o de comunicación. Se contempla su adscripción al grupo profesional 2: Jefaturas.

La dedicación al contrato de la persona responsable de creación y difusión de contenidos será de 860 horas.

En atención a la naturaleza de las actividades desarrolladas por el OAFAR y los horarios en las que estas se desarrollan principalmente, el 5% de estas horas se distribuirán de manera irregular fuera de la jornada de trabajo establecida en el Convenio Colectivo Estatal del Sector de Empresas de Publicidad (excepto en festivos, sábados, domingos y horario de verano). Adicionalmente, en atención a las mismas necesidades, el 9,30% de las horas de dedicación serán horas extraordinarias.

Responsable de gestión de relaciones con medios de comunicación (gabinete de prensa)

Será responsable, bajo la supervisión de la persona responsable de la dirección de cuenta, de la tarea de gestión de relaciones con medios de comunicación (gabinete de prensa).

Debe contar con licenciatura o grado universitario o superior en Publicidad, Ciencias

de la Información, Comunicación, Marketing, Periodismo o titulación asimilable o, en su defecto, otra licenciatura, grado universitario y máster en estas materias o asimilables y/o experiencia mínima de tres años como responsable de gabinete de prensa. Se contempla su adscripción al grupo profesional 2: Jefaturas.

La dedicación al contrato de la persona responsable de gestión de relaciones con medios de comunicación será de 860 horas.

En atención a la naturaleza de las actividades desarrolladas por el OAFAR y los horarios en las que estas se desarrollan principalmente, el 5% de estas horas se distribuirán de manera irregular fuera de la jornada de trabajo establecida en el Convenio Colectivo Estatal del Sector de Empresas de Publicidad (excepto en festivos, sábados, domingos y horario de verano). Adicionalmente, en atención a las mismas necesidades, el 9,30% de las horas de dedicación serán horas extraordinarias.

Responsable de mantenimiento técnico

Será responsable, bajo la supervisión de la persona responsable de la dirección de cuenta, de la tarea de mantenimiento técnico de las webs carnavaldetenerife.com y fiestasdesantacruz.com (actualmente en PHP Wordpress), perfiles en redes sociales del OAFAR y cualquier otro medio digital propio que se determine, incluyendo análisis de usabilidad e implantación de modificaciones y mejoras.

Debe contar con licenciatura o grado universitario o superior de FP en Ingeniería, Informática o titulación asimilable o, en su defecto, otra licenciatura, grado universitario o asimilables y/o experiencia mínima de tres años como responsable de la dinamización en redes sociales. Se contempla su adscripción al grupo profesional 3: Técnicos.

La dedicación al contrato de la persona responsable de mantenimiento será de 640 horas.

En atención a la naturaleza de las actividades desarrolladas por el OAFAR y los horarios en las que estas se desarrollan principalmente, el 5% de estas horas se distribuirán de manera irregular fuera de la jornada de trabajo establecida en el Convenio Colectivo Estatal del Sector de Empresas de Publicidad (excepto en festivos, sábados, domingos y horario de verano). Adicionalmente, en atención a las mismas necesidades, el 12,50% de las horas de dedicación serán horas extraordinarias.

Controller

Será responsable, bajo la supervisión de la persona responsable de la dirección de cuenta, de las tareas de administración y control presupuestario derivadas del contrato. También asumirá la interlocución con OAFAR en las materias correspondientes a su responsabilidad directa. La interlocución será en castellano.

Debe contar con licenciatura o grado universitario o superior en Administración y Dirección de Empresas, Comunicación, Marketing o titulación asimilable o, en su defecto, otra licenciatura o grado y máster en estas materias o asimilables y/o

experiencia mínima de tres años como controller. Se contempla su adscripción al grupo profesional 2: Jefaturas.

La dedicación al contrato de la persona responsable de las tareas de administración y control presupuestario será de 150 horas.

En atención a la naturaleza de las actividades desarrolladas por el OAFAR y los horarios en las que estas se desarrollan principalmente, el 5% de estas horas se distribuirán de manera irregular fuera de la jornada de trabajo establecida en el Convenio Colectivo Estatal del Sector de Empresas de Publicidad (excepto en festivos, sábados, domingos y horario de verano). Adicionalmente, en atención a las mismas necesidades, el 23,33% de las horas de dedicación serán horas extraordinarias.

En caso de necesidad de la sustitución de las personas que conforman el equipo de trabajo, la adjudicataria deberá justificar, con carácter previo, la necesidad de esta sustitución, que deberá ser aprobada por OAFAR, y asegurar la adecuación de la nueva persona miembro a los requisitos descritos.

5. PLAZO DE EJECUCIÓN

El plazo de ejecución del objeto del contrato se determinará en el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares.

6. PRECIO DEL CONTRATO

El precio del contrato anual será el resultante de aplicar el porcentaje correspondiente, según los términos de la adjudicación, sobre el presupuesto del contrato de 71.000,00 euros, excluidos impuestos.

Para la definición del presupuesto base de la presente licitación, que asciende a 71.000,00 euros, importe que se desglosa en la forma recogida en la tabla siguiente, se ha realizado, cuidando de su adecuación a los precios del mercado, un cálculo aproximado de los costes de forma indirecta, según se detalla a continuación.

PRESUPUESTO	IGIC	PRESUPUESTO CON IGIC
71.000,00 €	4.970,00 €	75.970,00 €

Costes directos

El presupuesto no contempla costes directos, entendidos estos como los que guardan relación directa con la ejecución del contrato, excluidos los costes salariales, puesto que las tareas a desarrollar por la adjudicataria no incluyen la contratación necesaria de servicios externos.

En el caso de la tarea de **Gestión de relaciones con medios de comunicación (gabinete de prensa)**, la única para la que el Pliego de Prescripciones Técnicas

contempla la posibilidad de contratación de proveedores externos, los costes derivados de esta contratación, en su caso, no afecta al cálculo del presupuesto de la contratación puesto que esta opción implica, necesariamente, una disminución de los costes salariales aplicados a esta tarea en concreto.

Costes indirectos

Los costes indirectos estimados, excluidos costes salariales, se estiman, sin incluir IGIC, en SIETE MIL CIEN (7.100,00) euros.

Los costes indirectos referidos corresponden a los gastos generales de estructura que no guardan relación directa con la ejecución del contrato ni con las obligaciones derivadas del mismo (costes directos y costes salariales).

Para la estimación de los costes indirectos se ha calculado que estos conceptos representan un 10% del importe del presupuesto. Este porcentaje es acorde al mercado actual y similar al utilizado en otras licitaciones asimilables en presupuesto, contexto geográfico, duración y prestaciones.

En el informe 40/10 sobre “Gastos generales de estructura y beneficio industrial en el contrato de servicios. Aplicación de los porcentajes establecidos en el artículo 131 del RGLCAP a dichos contratos”, se concluye que la aplicación de los porcentajes establecidos para los gastos generales en el artículo 131 Reglamento General de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas (RGLCAP), pueda ser aplicado a los contratos de servicios, en la medida en que el órgano de contratación los considere adecuados a la naturaleza de la prestación contractual y a las características propias del contrato en cuestión.

Es por ello por lo que, según el contexto geográfico, duración y prestaciones de este contrato, se considera adecuada la aplicación de un porcentaje de gastos generales del 10%.

Costes salariales

Los costes salariales estimados son, en función de las categorías del equipo de trabajo adscrito al contrato, los siguientes:

PERFIL	GRUPO PROFES.	DEDICACIÓN	COSTES ESTIMADOS
Dirección de cuenta	(1) Directores	280 h. 30 de ellas h. extraord.	6.770,00 €
Resp. de creación y difusión de contenidos	(2) Jefaturas	860 h. 80 de ellas h. extraord.	18.000,00 €
Responsable de gestión de relaciones con medios de comunicación (gabinete de prensa)	(2) Jefaturas	860 h. 80 de ellas h. extraord.	18.000,00 €

Responsable de mantenimiento técnico	(3) Técnicos	640 h. 80 de ellas h. extraord.	13.520,00 €
Controller	(2) Jefaturas	150 h. 35 de ellas h. extraord.	3.350,00 €
TOTAL COSTES SALARIALES			59.640,00 €

Los costes salariales referidos corresponden al coste que representa la dedicación del equipo de trabajo adscrito directamente a la ejecución de la totalidad de las tareas descritas en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

Al respecto de este cálculo, es necesario señalar que el art. 100.2 de la LCSP indica que “En los contratos en que el coste de los salarios de las personas empleadas para su ejecución forme parte del precio total del contrato, el presupuesto base de licitación indicará de forma desglosada y con desagregación de género y categoría profesional los costes salariales estimados a partir del convenio laboral de referencia”. A mayor aclaración, la Junta Consultiva de Contratación Pública del Estado, en su “Interpretación del Artículo 100 de la LCSP”, expediente nº 42718, señala que “La exigencia de indicación en el presupuesto del contrato, de forma desglosada y con desagregación por género y categoría, de los costes salariales estimados a partir del convenio laboral de referencia solo es exigible en los contratos de servicios y suministros en los que el coste de los salarios de las personas empleadas para su ejecución, constituya el coste principal del precio total del contrato”.

Por tanto, y dado que estamos ante un supuesto en el que se da la condición de que los costes salariales constituyen el coste principal del precio del contrato, se entiende necesaria la indicación de forma desglosada de los mismos.

PERFIL	GRUPO PROFES.	RETRIB. ANUAL*	COSTES SS	RETRIB. HORA	RETRIB. HORA EXTRAORD.
Dirección de cuenta	(1) Directores	26.144,76 €	8.732,35 €	20,79 €	31,19 €
Resp. de creación y difusión de contenidos	(2) Jefaturas	23.241,39 €	7.762,62 €	18,48 €	27,72 €
Responsable de gestión de relaciones con medios de comunicación (gabinete de prensa)	(2) Jefaturas	23.241,39 €	7.762,62 €	18,48 €	27,72 €
Responsable de mantenimiento técnico	(3) Técnicos	22.146,01 €	7.396,77 €	17,61 €	26,41 €
Controller	(2) Jefaturas	23.241,39 €	7.762,62 €	18,48 €	27,72 €

* Según tablas salariales año 2024 Convenio colectivo estatal del sector de empresas

de publicidad. *Resolución de 2 de agosto de 2022, de la Dirección General de Trabajo, por la que se registra y publica el Acta sobre revisión y tablas salariales para los años 2022 a 2025 del Convenio colectivo estatal para las empresas de publicidad para una jornada anual de 1677,5h.*

Beneficio industrial

El beneficio industrial, entendido como el importe que obtiene la adjudicataria una vez descontados los costes directos, salariales e indirectos, es, en función los lotes en los que se fracciona la contratación y sin incluir IGIC, es de CUATRO MIL QUINIENTOS (4.500,00) euros.

Para la estimación del beneficio industrial se ha calculado un 6% del importe total del presupuesto. Este porcentaje es similar al utilizado en otras licitaciones asimilables en presupuesto, contexto geográfico, duración y tipología de medios y acorde a lo establecido en el artículo 131 Reglamento General de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas (RGLCAP), aprobado por R.D. 1098 de 2001, donde se fija esta cuantía como el porcentaje en concepto de beneficio industrial del contratista; y que aumenta el presupuesto establecido.

7. FORMA DE PAGO

Los distintos precios en los que se divide el precio del contrato serán abonados mensualmente a medida que se ejecuten las distintas tareas a conformidad del OAFAR.

8. PROPIEDAD INTELECTUAL Y DERECHOS DE IMAGEN

En lo relativo a la propiedad intelectual de los trabajos objeto del contrato, la adjudicataria cederá a OAFAR todos los derechos de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación derivados de la ejecución del contrato, cualquiera que sea su naturaleza o formato, en cualquier lugar y por cualquier medio y por el plazo que se determine en cada caso. En caso de que no se especifique un plazo concreto de cesión, este será de cinco (5) años. La cesión será onerosa, estando su precio incluido en el presupuesto del contrato, y en exclusividad, siendo responsable la adjudicataria de los perjuicios a terceros que se puedan derivar por actuaciones a ella imputables.

En lo relativo a los derechos de imagen, la adjudicataria garantizará la disposición de la titularidad de los derechos de explotación de las personas que aparezcan en las campaña o acción de información y de comunicación, medios propios, soportes y contenidos derivados de la ejecución del contrato, siendo responsable de los perjuicios a terceros que se puedan derivar por actuaciones a ella imputables.

CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN PARA LA REALIZACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES DE COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN EN MEDIOS PROPIOS Y GANADOS DE LAS ACTIVIDADES DEL ORGANISMO AUTÓNOMO DE FIESTAS Y ACTIVIDADES RECREATIVAS DEL AYUNTAMIENTO DE SANTA CRUZ DE TENERIFE

CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN	
CRITERIOS PONDERABLES MEDIANTE JUICIOS VALOR	PUNTUACIÓN
a) Propuesta de contenido para web según brief	15
b) Propuesta de publicación para RRSS según brief	15
c) Propuesta de enfoque plan de comunicación	10
d) Propuesta de equipo de trabajo	5
CRITERIOS EVALUABLES AUTOMÁTICAMENTE	PUNTUACIÓN
e) Porcentaje de descuento sobre el precio del contrato	30
f) Número de horas a descontar del plazo de respuesta máximo 72 horas para solicitudes de cobertura mediática “in-situ”	15
g) Número de días a descontar del plazo de 21 días naturales, a partir de la formalización definitiva de la adjudicación, para la presentación del plan de comunicación.	5
h) Compromiso de realizar una formación específica dirigida al equipo de trabajo sobre perspectiva de género en la comunicación y la información	5
TOTAL	100

CRITERIOS PONDERABLES MEDIANTE JUICIO DE VALOR

En relación al criterio a) Propuesta de contenido para web

Para la valoración de este criterio, las licitadoras deberán presentar una propuesta de contenido para la página web de fiestasdesantacruz.com, referido a las Fiestas de Navidad 2024-2025.

Para la elaboración de esta propuesta de contenido, las licitadoras deberán atenerse a lo especificado en el documento: “Brief propuesta de contenido. Criterio a)” recogido en el **ANEXO I**.

Se valorará:

- Creatividad
- Calidad gráfica, redaccional y técnica

- Potencial comunicacional genérico
- Potencial para incrementar el tiempo de permanencia de los usuarios en la web y su engagement
- Adecuación a los requisitos del brief y al pliego de Prescripciones Técnicas de la presente licitación

Se valorará este criterio con una puntuación máxima de 15 puntos.

La propuesta, en formato PDF, no podrá exceder de diez (10) páginas, incluidas portada y contraportada, y podrá acompañarse de otros archivos adicionales en formato vídeo o audio. El incumplimiento de este requisito determinará la no valoración de la oferta en este criterio.

OAFAR no está obligado a desarrollar la propuesta de la adjudicataria.

En relación al criterio b) Propuesta de publicación para redes sociales

Para la valoración de este criterio, las licitadoras deberán presentar una propuesta de publicación para redes sociales sobre la convocatoria de concurso del cartel de Carnaval de 2025.

Para la elaboración de esta propuesta de contenido, las licitadoras deberán atenerse a lo especificado en el documento: “Brief propuesta de publicación para redes sociales. Criterio b)” recogido en el ANEXO II.

Se valorará:

- Creatividad
- Calidad gráfica, redaccional y técnica
- Potencial comunicacional genérico
- Potencial para incrementar el engagement de los perfiles en redes sociales
- Adecuación a los requisitos del brief y al pliego de Prescripciones Técnicas de la presente licitación

Se valorará este criterio con una puntuación máxima de 15 puntos.

La propuesta, en formato PDF, no podrá exceder de cinco (5) páginas, incluidas portada y contraportada, y podrá acompañarse de otros archivos adicionales en formato vídeo o audio. El incumplimiento de este requisito determinará la no valoración de la oferta en este criterio.

OAFAR no está obligado a desarrollar la propuesta de la adjudicataria.

En relación al criterio c) Propuesta de enfoque de plan de comunicación

Para la valoración de este criterio, la licitadora deberá presentar una propuesta específica que, a modo de esbozo o adelanto, defina el enfoque a desarrollar en la elaboración del plan de comunicación para la difusión de las actividades del OAFAR a través de medios propios y ganados que, conforme a las especificaciones recogidas en el Pliego de Prescripciones Técnicas, deberá realizar en caso de resultar adjudicataria.

Se valorará:

- Consistencia del enfoque

- Alcance potencial
- Carácter innovador
- Adecuación justificada a los requisitos del brief y al pliego de Prescripciones Técnicas de la presente licitación

Se valorará este criterio con una puntuación máxima de 10 puntos.

La propuesta, en formato PDF, no podrá exceder de doce (12) páginas, incluidas portada y contraportada, y no podrá acompañarse de otros archivos adicionales en formato vídeo o audio. El incumplimiento de este requisito determinará la no valoración de la oferta en este criterio.

OAFAR no está obligado a desarrollar la propuesta de la adjudicataria.

En relación al criterio d) Propuesta de equipo de trabajo

Para la valoración de este criterio, las licitadoras deberán presentar una propuesta de equipo de trabajo, según lo especificado en el Pliego de Prescripciones Técnicas, asignado al desarrollo de las tareas que conforman el objeto del contrato. El equipo, valorado en su conjunto, deberá acreditar conocimiento suficiente en el desarrollo acciones de información y comunicación en el mercado canario. Se deberá incluir currículum vitae de cada una de las personas que formarán parte del equipo de trabajo. Sin impedimento de lo anterior, OAFAR podrá solicitar a las licitadoras cualquier otra documentación que se pueda considerar necesaria para verificar la veracidad de la información proporcionada.

Se valorará:

- La especialización de las personas que compondrán el equipo.
- La formación, la experiencia y el conocimiento acreditado en la realización de acciones de información y comunicación en el ámbito municipal.
- Adecuación al pliego de Prescripciones Técnicas de la presente licitación. No se valorarán perfiles distintos a los especificados en este pliego.

Se valorará este criterio con una puntuación máxima de 5 puntos.

La propuesta, en formato PDF, no podrá exceder de diez (10) páginas, incluidas portada y contraportada, y no podrá acompañarse de otros archivos adicionales en formato vídeo o audio. El incumplimiento de este requisito determinará la no valoración de la oferta en este criterio.

La adjudicataria está obligada a mantener el equipo de trabajo propuesto durante el periodo de ejecución del contrato, salvo que se necesite modificar su formación por causas debidamente justificadas. La adjudicataria deberá informar, proponer y justificar con carácter previo a su integración en el equipo, el perfil a sustituir y la persona a incorporar, que deberá ser aprobada por OAFAR, asegurando la adecuación a los requisitos descritos en esta cláusula,.

CRITERIOS EVALUABLES AUTOMÁTICAMENTE

En relación al criterio e) Porcentaje de descuento sobre el precio del contrato

La oferta de descuento será expresada en porcentaje con dos decimales.

No se admitirán ofertas de descuento iguales o superiores al 100,00%. En caso de incumplimiento de este requisito se determinará la exclusión de la oferta de la licitación.

Se valorará este criterio con una puntuación máxima de 30 puntos.

Al objeto de comprobar la viabilidad de la propuesta, la licitadora deberá aportar de manera adicional y adjunta al Anexo III, información acreditativa de que el importe resultante de aplicar el descuento ofertado cubre suficientemente el coste del equipo profesional planteado, en atención al cumplimiento de las tablas salariales en vigor del Convenio Colectivo Estatal de Empresas del Sector de la Publicidad.

En relación al criterio f) Número de horas a descontar del plazo de respuesta de máximo 72 horas para solicitudes de cobertura mediática “in-situ”.

La oferta de descuento será expresada en números naturales, sin decimales.

No se admitirán ofertas de descuento iguales o superiores a 60 horas. En caso de incumplimiento de este requisito se determinará la exclusión de la oferta de la licitación.

Se valorará este criterio con una puntuación máxima de 15 puntos.

En relación al criterio g) Número de días a descontar del plazo de 21 días naturales, a partir de la formalización definitiva de la adjudicación, para la presentación del plan de comunicación.

La oferta de descuento será expresada en números naturales, sin decimales.

No se admitirán ofertas de descuento iguales o superiores a 14 días. En caso de incumplimiento de este requisito se determinará la exclusión de la oferta de la licitación.

Se valorará este criterio con una puntuación máxima de 5 puntos.

En relación al criterio h) Compromiso de realizar una formación específica dirigida al equipo de trabajo sobre perspectiva de género en la comunicación y la información.

Para la valoración de este criterio, las licitadoras deberán señalar su compromiso a realizar una formación específica, dirigida al personal asignado al desarrollo de las tareas que conforman el objeto del contrato, sobre perspectiva de género en la comunicación comercial que promueva un uso no sexista y no discriminatorio del lenguaje, la imagen, valores de igualdad, diversidad, pluralidad de roles y corresponsabilidad. En caso de que, durante el periodo de ejecución del contrato, se incorporen nuevas personas al equipo, estas deberán recibir la mencionada formación.

La formación deberá tener una duración mínima de 8 horas de duración para cada persona del equipo y deberá impartirse en un plazo no superior a 3 meses a partir del comienzo del plazo de ejecución. Para ello, la licitadora deberá presentar con carácter previo al inicio de la formación un plan formativo, para su aprobación por parte de OAFAR. El plan incluirá, al menos, modalidad de impartición y lugar, en su caso, fechas, profesorado y detalle del programa lectivo.

A modo de justificación, la contratista deberá acreditar la realización de la formación a través de los correspondientes certificados de participación de las personas que han recibido la formación.

Se valorará este criterio con una puntuación máxima de 5 puntos.

La valoración de los criterios de adjudicación se hará con arreglo al siguiente procedimiento:

PROCEDIMIENTO PARA LA VALORACIÓN DE LOS CRITERIOS PONDERABLES MEDIANTE JUICIOS DE VALOR:

1º. A la mejor oferta de entre todas las presentadas se le otorgará un valor 10 y, por consiguiente, la puntuación máxima correspondiente. En caso de que dos o más ofertas resulten igualmente valoradas como la mejor oferta de las presentadas, se otorgará un valor de 10 y la puntuación máxima de cada criterio a cada una de ellas.

2º. Al resto de las ofertas se les asignará un valor de cero a diez en función de la valoración de la que resultan merecedoras en relación a la valoración a la mejor oferta, otorgándose a cada una de ellas la puntuación que proporcionalmente le correspondan según la siguiente escala.

- Muy deficiente en relación con la oferta mejor valorada: 0 puntos
- Deficiente en relación con la oferta mejor valorada: 2 puntos
- Insuficiente en relación con la oferta mejor valorada: 4 puntos
- Suficiente en relación con la oferta mejor valorada: 5 puntos
- Adecuada en relación con la oferta mejor valorada: 6 puntos
- Muy adecuada en relación con la oferta mejor valorada: 7 puntos

No se otorgarán valores intermedios.

En el caso de que la licitadora incorpore en la documentación relativa a alguno de los criterios ponderables mediante juicio de valor información relativa a las ofertas de los criterios evaluables automáticamente, su propuesta será excluida de la licitación.

Cuando el contenido aportado por la licitadora sea inexistente, no cumpla con todos los requisitos exigidos en los párrafos anteriores o resulte incompatible con los requisitos establecidos en el brief, en su caso, y en el Pliego de Prescripciones Técnicas, la oferta no será valorada en relación al criterio del que se trate.

PROCEDIMIENTO PARA LA VALORACIÓN DE TODOS LOS CRITERIOS EVALUABLES AUTOMÁTICAMENTE

Para la valoración de estos criterios evaluables automáticamente se seguirá el siguiente procedimiento:

1°. Se otorgará la máxima puntuación a la oferta con mayor número de descuento de porcentaje o de mayor número de días a descontar. En caso de empate, se otorgará la puntuación más alta a todas las ofertas empatadas en la cifra más alta.

2°. El resto de las ofertas serán calificadas con arreglo a la siguiente fórmula:

$$P=Pm*Ox/Om$$

Siendo:

P: puntuación de la oferta

Pm: puntuación máxima del criterio

Om: oferta de descuento más alto/ mayor número de días/mayor número de horas a descontar

Ox: descuento/ número de días/horas a descontar ofrecido por la licitadora que se valora

A N E X O III

PROPUESTA CONFORME A LOS CRITERIOS EVALUABLES AUTOMÁTICAMENTE

D./Da., mayor de edad y D.N.I.
..... en su propio nombre y representación/ en nombre y representación
de la entidad con N.I.F..... en calidad de
....., con domicilio en la calle
....., no..... piso/planta, letra....., en la ciudad de
....., C.P..... provincia de,
País....., teléfono..... y dirección de correo electrónico
....., a los efectos de notificaciones que pudieran dimanar del presente
escrito, por medio del presente enterado del pliego de cláusulas administrativas y de
prescripciones técnicas que han de regir la contratación de
.....
....., y aceptando íntegramente el contenido de los
mismos,

SE COMPROMETE a ejecutar el contrato de la presente licitación en las siguientes condiciones
según los criterios de adjudicación evaluables automáticamente:

En relación al criterio e) Porcentaje de descuento sobre el precio del contrato:
..... (en letras y número)

En relación al criterio f) Número de horas a descontar del plazo de respuesta de máximo 72 horas
para solicitudes de cobertura mediática "in-
situ":..... (en
letras y número)

En relación al criterio g) Número de días a descontar del plazo de 21 días naturales, a partir de
la formalización definitiva de la adjudicación, para la presentación del plan de comunicación:
..... (en letras y
número)

En relación al criterio h) Compromiso de realizar una formación específica dirigida al equipo de
trabajo sobre perspectiva de género en la comunicación comercial:

- Sí
- No

LA LICITADORA