



DATOS DEL EXPEDIENTE DE CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA

CONSEJERÍA/ORGANISMO CONTRATANTE: Consejería de Economía y Hacienda

CÓDIGO EXPEDIENTE: A2024/010557 **TIPO CONTRATO:** Servicios
TÍTULO EXPEDIENTE: Campaña comunicación institucional. Información contribuyentes beneficios fiscales en Castilla y León
OBJETO DEL CONTRATO: La realización de una campaña de comunicación institucional de la Consejería de Economía y Hacienda dirigida a informar a los contribuyentes de la Comunidad de los beneficios fiscales aprobados por la Junta de Castilla y León.
TIPO DE TRAMITACIÓN: Ordinaria **PROCEDIMIENTO DE CONTRATACIÓN:** Procedimiento abierto
TRAMITACIÓN ECONÓMICA: Normal
CENTRO DIRECTIVO: Dirección General de Tributos y Financiación Autonómica
UNIDAD PROMOTORA: Servicio de Organización y Planificación Tributaria

JUSTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD: En cumplimiento de los principios de necesidad, idoneidad y eficiencia establecidos en el artículo 28 de la LCSP la naturaleza y extensión de las necesidades que pretenden cubrirse mediante la celebración del presente contrato, se encuadran dentro del ámbito de las funciones y competencias atribuidas a este Centro Directivo determinándose con precisión la idoneidad del objeto y contenido del contrato en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

DETALLE PRESUPUESTARIO					
Anualidad	Aplicación presupuestaria	Centro Gestor	Presupuesto sin IVA	IVA	Presupuesto total
2024	G/932A01/64100/0	0202	98.250,00 €	20.632,50 €	118.882,50 €

PLAZOS DEL CONTRATO
DURACIÓN DEL CONTRATO: La distribución y la difusión en medios de los productos publicitarios se realizará en los términos previstos en la cláusula 6 del Pliego de Prescripciones Técnicas.
PRÓRROGAS CONVENCIONALES: No
PLAZOS PARCIALES: No

REVISIÓN DE PRECIOS
REVISIÓN DE PRECIOS: No



INFORME-PROPUESTA DE INICIO DEL EXPEDIENTE DE CONTRATACIÓN DE LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL REALIZADA POR LA CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y HACIENDA PARA INFORMAR A LOS CIUDADANOS DE CASTILLA Y LEÓN SOBRE LOS BENEFICIOS FISCALES APLICABLES EN LA COMUNIDAD.

Código de Expediente: A2024/010557
Objeto del contrato: El contrato tiene por objeto realizar una campaña de comunicación institucional dirigida a informar a los ciudadanos de Castilla y León sobre los distintos beneficios fiscales aprobados por la Junta de Castilla y León.
Servicio promotor: Servicio de Organización y Planificación Tributaria de la Dirección General de Tributos y Financiación Autonómica.
Códigos: <ul style="list-style-type: none">• CPV: 79341000-6 Servicios de Publicidad• CPA: 73.11 Servicios de Agencias de Publicidad.
Tipo de contrato: Contrato de servicios.
Procedimiento de adjudicación: Abierto.

1. JUSTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD DEL CONTRATO E IDONEIDAD DE SU OBJETO CONFORME AL ARTÍCULO 28 LCSP.

A los efectos de lo señalado en los artículos 28 y 116.4.e) de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, es preciso justificar la necesidad e idoneidad del contrato.

La Ley 4/2009, de 28 de mayo, de Publicidad Institucional de Castilla y León regula las actuaciones de publicidad institucional de la Junta de Castilla y León. Entre las finalidades de estas actuaciones se puede encontrar la de transmitir a los ciudadanos mensajes de interés público relacionados con los objetivos y actividades de la Junta de Castilla y León.

La Comunidad de Castilla y León tiene regulado un sistema fiscal encaminado a reducir la carga fiscal de las familias y empresas, y que sirve de incentivo al consumo y a la inversión, a facilitar la actividad económica, la economía familiar y lucha contra la despoblación. Esta política fiscal ha dado como resultado que Castilla y León:

- Sea la primera Comunidad Autónoma con los beneficios fiscales más favorables en apoyo a la familia, ofreciendo las ayudas a la natalidad más altas de España, tanto en el medio urbano y como en el rural.



-Sea pionera y esté entre las Comunidades Autónomas con un sistema fiscal más favorable para el medio rural.

- Los familiares directos de causantes o donantes (descendientes, ascendientes y cónyuge) no paguen prácticamente el Impuesto sobre sucesiones y donaciones, al existir una bonificación del 99% de la cuota tributaria.

- Los jóvenes del medio rural tengan los mejores beneficios fiscales de toda España en la compra de su primera vivienda habitual.

El Acuerdo 110/2020, de 30 de diciembre, de la Junta de Castilla y León, por el que se establecen los criterios objetivos, las reglas de programación y las directrices vinculantes para los órganos de contratación de la Administración de la Comunidad de Castilla y León en materia de publicidad institucional, prevé la ejecución de campañas de publicidad institucional de comunicación, que son aquellas que tienen como finalidad transmitir informaciones útiles para los ciudadanos.

Se propone la realización de esta campaña de comunicación dirigida a informar a la ciudadanía de Castilla y León de los beneficios fiscales aprobados por la Junta de Castilla y León.

La Dirección General de Tributos y Financiación Autonómica carece de los medios adecuados y necesarios para la realización de la prestación objeto del contrato.

2. JUSTIFICACIÓN DE LA ELECCIÓN DEL PROCEDIMIENTO DE ADJUDICACIÓN.

De acuerdo con lo señalado en el artículo 116.4.a) de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público el procedimiento de contratación del presente servicio será el procedimiento abierto a que se refieren en los artículos 131.2 y 156 de la mencionada Ley 9/2017, puesto que éste es el procedimiento general que permite promover la máxima concurrencia competitiva entre los licitadores, con los beneficios que ello lleva aparejado a la hora elegir la oferta económicamente más ventajosa.

Se propone la utilización de esta modalidad de contratación abierta en la cual se prime la oferta de inserciones publicitarias adicionales a las recogidas en el plan de medios mínimos, dentro del límite del presupuesto de licitación. De esta forma, la Administración de la Comunidad se beneficiará de la capacidad de los licitantes para obtener rebajas sobre las tarifas de publicidad de los medios que participan en la campaña.



3. PLAZO DE EJECUCIÓN/DURACIÓN

En el plazo de un mes a contar desde el siguiente a la adjudicación del contrato, se le comunicarán al contratista las fechas de difusión en medios de los productos publicitarios, en concreto el domingo en que se iniciará la campaña, y esto tendrá lugar con una antelación mínima de 15 días naturales.

La Dirección General de Tributos y Financiación Autonómica también concretará en ese plazo si la distribución de los cuatro diseños posibles en los anuncios de prensa escrita y radio previstos en el Plan mínimo de inserciones y en las Propuestas de Mejora va a ser homogénea, es decir, los cuatro diseños tendrán la misma difusión, o si alguno/s de estos diseños tendrá una difusión mayor (un porcentaje mayor de publicidad).

La campaña se desarrollará de la siguiente forma, de acuerdo al detalle que se encuentra en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

- En los medios de prensa escrita diaria: el periodo de difusión será entre el domingo de inicio de campaña y el domingo siguiente.
- En los medios de radio: el periodo se realizará en la semana (lunes a viernes) que se inicie tras el domingo de inicio de la campaña.

Respecto a las posibles mejoras propuestas por el contratista, que consistirán en inserciones adicionales sobre el plan mínimo, el periodo de difusión será el siguiente:

- En los medios de prensa escrita: el periodo de difusión será el sábado anterior al domingo de inicio de campaña y la semana (lunes a viernes) que se inicie tras el domingo de inicio de campaña.
- En los medios de radio: el periodo se realizará en la semana (lunes a viernes) que se inicie tras el domingo de finalización de la campaña en prensa escrita.

La entrega a la Dirección General de Tributos y Financiación Autonómica de la Memoria de Evaluación Definitiva de los resultados publicitarios obtenidos con la Campaña, que especifique el pago que se ha realizado a cada medio de prensa y radio, se deberá efectuar en el plazo de un mes desde la conclusión de la campaña. En esta memoria se incluirá el detalle económico de los trabajos realizados en la campaña donde se desglose, por un lado, el importe correspondiente a los trabajos realizados por la propia empresa y, por otro, el importe que se abone a los medios de comunicación por la inserción de los anuncios en prensa escrita y radio.



5. PERÍODO DE GARANTÍA

El plazo de garantía será de un mes a partir de la finalización del plazo de ejecución del contrato.

6. JUSTIFICACIÓN DE SU NO DIVISIÓN EN LOTES.

Atendiendo a la naturaleza y contenido del contrato no procede la división del mismo en lotes, pues resultaría antieconómico al multiplicarse los gastos fijos de gestión de forma innecesaria y perderse los beneficios inherentes a las economías de escala. Además, se debe tener en cuenta que, tal y como se desprende del artículo 99.3 de la Ley 9/2017 de Contratos del Sector Público, la ejecución de la prestación a que se refiere el contrato por una pluralidad de contratistas diferentes supondría un obstáculo para su ejecución desde el punto de vista técnico y existiría un riesgo como consecuencia de la necesidad de coordinar la ejecución de las diferentes prestaciones.

7. PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN.

Presupuesto licitación (IVA excluido)	IVA	Presupuesto licitación (IVA incluido)
98.250,00 €	20.632,50 €	118.882,50 €

1) La determinación del precio de licitación del presente contrato se ha llevado a cabo de modo análogo a las últimas campañas promovidas por este centro directivo:

Se ha partido del precio medio real por inserción en medio escrito y en cuña radiofónica comunicados por el adjudicatario en la campaña previa similar realizada por la consejería de Economía y hacienda en el año 2023 (en concreto, expediente de licitación, A2023/003013-Campaña de comunicación renta 2022) cuyas prestaciones son análogas a las que se pretender contratar, incrementado en un 30% por un incremento de precios para el presente ejercicio y por sustituir las inserciones de blanco y negro a color.

Ese porcentaje del 30% se ha estimado en base a un estudio realizado el Servicio de Organización y Planificación Tributaria de las tarifas públicas de algunos de los medios de comunicación con los que se pretende hacer la campaña. De acuerdo con dicho estudio (se adjunta tabla abajo), la diferencia entre publicaciones en blanco y negro y en color puede



suponer, en algunos casos, hasta un incremento del 50%. Siendo el promedio de un 36%. Por tanto, se ha redondeado a un 30%.

MEDIO	Tarifa: Media página, blanco y negro, impar (€)	Tarifa 2024: Media página, color, impar (€)	Elevación del coste de B/N a color
EL NORTE DE CASTILLA	1.525,00 €	2.287,50 €	1,5
EL MUNDO CYL	1.995,00 €	2.194,50 €	1,1
LA GACETA DE SALAMANCA	2.100,00 €	3.200,00 €	1,5
LA OPINIÓN DE ZAMORA	838,00 €	1.257,00 €	1,5
DIARIO DE LEON	1.400,00 €	1.800,00 €	1,2
PROMEDIO			1,36

Con respecto al coste medio de las cuñas radiofónicas, se ha mantenido el mismo que en el citado expediente (Expediente A2023/003013-Campaña de comunicación renta 2022).

Por tanto, los precios son los siguientes:

- Precio medio de inserción en prensa escrita: 1.677,59 €
- Precio medio por cuña en radio: 355,94 €

2) El plan mínimo de inserción recogido en el Pliego de Prescripciones Técnicas incluye 42 inserciones en medios escritos, y 40 cuñas radiofónicas, por lo que el coste directo en inserciones publicitarias estimado de este contrato es de 84.696,38 €.

3) Gastos generales y beneficio industrial: Incluye costes generales e indirectos de las empresas (como sueldos, alquileres, dietas, consumos energéticos de la sede de la empresa licitadora, pago de tributos...) y el beneficio industrial de la actividad. En el concepto de gastos generales se incluye también, como en pasadas campañas, el coste de la creatividad y diseño de la campaña; dado que en esta ocasión se incorpora la elaboración de un spot publicitario para la TDT local (no su difusión) el porcentaje se eleva del 15 al 16 % de los costes directos en inserciones publicitarias, lo que resulta un total de 13.551,42 €

4) La suma de todos los costes anteriores supone un total de 98.247,80 euros, que redondeamos para hallar un presupuesto de licitación sin IVA de 98.250,00 €

5) Aplicando el 21% de IVA resulta un presupuesto de licitación de 118.882,50 €



Uds.	MEDIO	PRECIO UNITARIO	IMPORTE
42	PRECIO MEDIO PRENSA ESCRITA	1.677,59 €	70.458,78 €
40	PRECIO MEDIO RADIO	355,94 €	14.237,60 €
	TOTAL, MEDIOS		84.696,38 €
	Otros gastos y beneficio industrial	16,00%	13.551,42 €
	Importe Neto		98.247,80 €
			98.250,00 €
	IVA	21,00%	20.632,50 €
	Presupuesto licitación IVA incluido		118.882,50 €

Desglose del presupuesto:

La aplicación presupuestaria y anualidad se detallan a continuación:

Año	Aplicación presupuestaria	Presupuesto licitación (IVA excluido)	IVA	Presupuesto licitación (IVA incluido)
2024	G/932A01/64100/0	98.250,00 €	20.632,50 €	118.882,50 €

8. VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO.

El valor estimado del contrato coincide con el del presupuesto base, excluido el IVA. A estos efectos se hace constar que no está prevista ni la posibilidad de prórroga ni la modificación convencional.

9. GARANTÍAS EXIGIDAS EN EL CONTRATO.

9.a) Garantía provisional: No procede su establecimiento.

9.b) Garantía definitiva:

El licitador propuesto como adjudicatario deberá acreditar la constitución de la garantía definitiva por importe equivalente al 5% del precio de adjudicación, IVA excluido. Para la constitución de la garantía se estará a lo dispuesto en el artículo 107 de la LCSP, en el artículo 61 del RGLCAP y en el Decreto 7/2003, de 16 de enero, por el que se regula la Caja General de Depósitos de la Comunidad Autónoma de Castilla y León. Se admite la constitución de la garantía mediante retención en el precio en la primera factura que se emita.

9.c) Garantía complementaria: No procede su establecimiento.



10. CLASIFICACIÓN Y SOLVENCIA DEL CONTRATISTA.

10.a) Clasificación

Tal y como señala el artículo 77.1.b) de la Ley 9/2017, en los contratos de servicios no es exigible la clasificación a las empresas participantes en esta contratación. No obstante, si la empresa propuesta como adjudicataria estuviera clasificada en la categoría 1 del Grupo T) subgrupo 1 Servicio de publicidad vinculado al código CPV del contrato, que es el 79341000-6, podrá acreditar su solvencia indistintamente mediante su clasificación en el grupo o subgrupo de clasificación y categoría de clasificación correspondiente al contrato, o bien acreditando el cumplimiento de los requisitos específicos de solvencia exigidos en los epígrafes siguientes.

10.b) Solvencia económica o financiera.

La solvencia económica y financiera se acreditará, en los términos recogidos en el artículo 87 de la Ley 9/2017, de Contratos del Sector Público, mediante el volumen anual de negocios del licitador referido al mejor ejercicio dentro de los tres últimos disponibles, que deberá ser al menos el valor estimado del contrato, esto es, 98.250 euros.

El volumen anual de negocios del licitador o candidato se acreditará por medio de sus cuentas anuales aprobadas y depositadas en el Registro Mercantil, si el empresario estuviera inscrito en dicho registro, y en caso contrario por las depositadas en el registro oficial en que deba estar inscrito. Los empresarios individuales no inscritos en el Registro Mercantil acreditarán su volumen anual de negocios mediante sus libros de inventarios y cuentas anuales legalizados por el Registro Mercantil.

10.c) Solvencia técnica o profesional.

La solvencia técnica y profesional se acreditará, en los términos recogidos en el artículo 90 de la Ley 9/2017, de Contratos del Sector Público, mediante relación de los principales servicios o trabajos realizados en los últimos tres años que incluya importe, fechas y el destinatario, público o privado, de los mismos.

Los servicios o trabajos efectuados se acreditarán mediante certificados expedidos o visados por el órgano competente, cuando el destinatario sea una entidad del sector público. Cuando el destinatario sea un sujeto privado, se acreditarán mediante un certificado expedido por éste o, a falta de este certificado, mediante una declaración del empresario acompañado de los documentos obrantes en poder del mismo que acrediten la realización



de la prestación. Para determinar los servicios válidos a efectos de acreditar la solvencia técnica, se atenderá a los tres primeros dígitos de códigos CPV de este contrato.

El importe anual que el empresario deberá acreditar como ejecutado durante el año de mayor ejecución del periodo anteriormente citado será, al menos, el valor estimado del contrato, esto es, 98.250 euros.

En el caso de licitadores con la consideración de empresa de nueva creación, entendiéndose por tal aquella que tenga una antigüedad inferior a cinco años, la solvencia técnica se acreditará mediante declaración del personal técnico u organismos técnicos, participantes en el contrato.

El personal técnico exigido mínimo será el siguiente:

- Un responsable del diseño de la imagen de la campaña y de los productos publicitarios, que haya diseñado al menos dos campañas publicitarias, folletos publicitarios o similares en los últimos cinco años.

Acreditación: Mediante currículum vitae suscrito por la persona designada, en el que se identifiquen los trabajos realizados.

La designación nominal de la persona designada deberá realizarse y acreditarse previamente a la adjudicación.

11. CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN DEL CONTRATO.

11.a) Justificación de los criterios de adjudicación y de las fórmulas de valoración utilizadas.

De acuerdo con lo previsto en el art. 145.1 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, para la adjudicación del contrato derivado de este expediente se utilizará una pluralidad de criterios de adjudicación en base a la mejor relación calidad-precio.

Dado el objeto de la contratación que se pretende ejecutar, los criterios de valoración son los cuantificables económicamente así como los que, de acuerdo con el artículo 145.7 de la Ley 9/2017, correspondan a la valoración de las mejoras que se establezcan como criterio de adjudicación. Por tanto, la valoración de las ofertas se realizará considerando únicamente criterios evaluables mediante fórmulas, atendiendo a:

- El precio: Hasta 20 puntos.
- Incremento de inserciones en prensa escrita, respecto a las previstas en el plan mínimo: Hasta 60 puntos.



- Incremento del número de cuñas en radio, respecto a las previstas en el plan mínimo:
Hasta 20 puntos.

Los criterios de valoración que puntúan el incremento de las inserciones tanto en prensa escrita como en radio persiguen la aplicación de los principios de impacto publicitario y audiencia. Para ello, los coeficientes de ponderación utilizados tienen una relación de proporcionalidad directa con la audiencia de cada medio, y para su elaboración se ha partido de la información facilitada por la Dirección de Comunicación, con los medios de prensa escrita y emisoras de radio que cumplen los requisitos previstos en la directriz decimocuarta del Acuerdo 110/2020, de 30 de diciembre, de la Junta de Castilla y León, por el que se establecen los criterios objetivos, las reglas de programación y las directrices vinculantes para los órganos de contratación de la Administración de la Comunidad de Castilla y León en materia de publicidad institucional. Los coeficientes de ponderación se han confeccionado tomando los últimos datos de difusión facilitados por la Dirección de Comunicación, asignando un punto por cada 1.000 ejemplares difundidos o 100.000 oyentes.

1. Valoración del precio: Hasta 20 puntos.

Para la asignación de puntuación se utilizará la siguiente fórmula: $P = 20 \times B_i / B_{max}$

Siendo:

- P = Puntuación obtenida por el licitador.
- B_i = Baja ofertada por el licitador, igual a Presupuesto máximo de licitación menos oferta económica.
- B_{max} = Baja más alta de todas las ofertas admitidas a licitación, igual a Presupuesto máximo de licitación menos Mejor oferta.

En todo caso, los licitadores que no oferten baja, obtendrán cero puntos en este criterio de adjudicación.

2. Incremento de inserciones en prensa escrita, respecto a las previstas en el plan mínimo: Hasta 60 puntos

Se valorará exclusivamente el incremento en el número de inserciones que afecten a cada uno de los medios de prensa diaria.

Se procederá a asignar un valor al total de mejoras ofertadas por cada licitador, para lo cual se multiplicará cada inserción adicional ofertada por los siguientes coeficientes de ponderación:



**DATOS DIFUSIÓN PRENSA ESCRITA ENERO 2024 CONFORME A
LA ÚLTIMA CERTIFICACIÓN OFICIAL DE OJD**

MEDIO	EJEMPLARES DIFUNDIDOS	COEFICIENTE DE PONDERACIÓN
ABC Castilla y León	2.563	2,6
Diario de Ávila	830	0,8
Diario de Burgos	5.540	5,5
Diario de León	4.854	4,9
Diario Palentino	1.703	1,7
El Adelantado de Segovia	1.311	1,3
El Correo de Burgos	718	0,7
El Heraldo Diario de Soria	1.019	1,0
El Mundo de Castilla y León	6.485	6,5
El Norte de Castilla	9.008	9,0
La Gaceta de Salamanca	5.763	5,8
La Nueva Crónica de León	1.366	1,4
La Opinión Correo de Zamora	2.416	2,4
La Razón de Castilla y León*	1.435	1,4

*No tiene datos OJD. AIMC a través de EGM le ha certificado 8,770 lectores, por lo que se traslada el dato a ejemplares utilizando la ratio media obtenida con datos 2021

Determinado el valor de las mejoras ofertadas por cada licitador, para la asignación de puntuación se utilizará la siguiente fórmula: $P = 60 \times Vi / Vmax$

Siendo:

- P = Puntuación obtenida por el licitador.
- Vi = Valoración de la suma de todas las mejoras sobre el plan mínimo de inserciones en prensa escrita ofertadas por el licitador.
- Vmax = Valoración de la suma de todas las mejoras sobre el plan mínimo de inserciones en prensa escrita correspondiente al licitador que ha obtenido la mayor valoración, entre todas las ofertas admitidas a licitación.
- En todo caso, los licitadores que no oferten mejoras valorables sobre el plan mínimo de inserciones en prensa escrita obtendrán cero puntos en este criterio de adjudicación.



**3. Incremento del número de cuñas en radio, respecto a las previstas en el plan mínimo:
Hasta 20 puntos**

Se valorará exclusivamente el incremento en el número de cuñas que afecten a cada una de las radios.

Se procederá a asignar un valor al total de mejoras ofertadas por cada licitador, para lo cual se multiplicará cada cuña adicional ofertada por los siguientes coeficientes de ponderación:

RADIOS - CASTILLA Y LEÓN - ENERO 2024		
DIFUSIÓN EGM - Últimos datos publicados		
Radio	PROMEDIO ULTIMAS OLEADAS	COEFICIENTE DE PONDERACIÓN
SER	290.000	2,9
COPE	290.333	2,9
ONDA CERO	145.667	1,5
CyL esRADIO	62.667	0,6

Determinado el valor de las mejoras ofertadas por cada licitador, para la asignación de puntuación se utilizará la siguiente fórmula: $P = 20 \times Vi / Vmax$

Siendo:

- P = Puntuación obtenida por el licitador.
- Vi = Valoración de la suma de todas las mejoras sobre el plan mínimo de cuñas en radio ofertadas por el licitador.
- Vmax = Valoración de la suma de todas las mejoras sobre el plan mínimo de cuñas en radio correspondiente al licitador que ha obtenido la mayor valoración, entre todas las ofertas admitidas a licitación.

En todo caso, los licitadores que no oferten mejoras valorables sobre el plan mínimo de cuñas en radio obtendrán cero puntos en este criterio de adjudicación.

11.b) Criterios de adjudicación.

El contrato se adjudicará al licitador que obtenga una mayor puntuación, como agregado de la obtenida en los criterios de valoración previstos.



No se valorarán las mejoras que no se ajusten a las condiciones del Anexo II del pliego de prescripciones técnicas.

Solo se puntuará de acuerdo a los criterios de adjudicación, pero el contratista se obliga a cumplir con su propuesta en todos sus términos, con independencia de que alguna parte de la oferta no haya sido valorada a efectos de puntuación por el incumplimiento de las condiciones anteriores, por causa imputable al contratista.

12. UMBRAL QUE PERMITE APRECIAR CUANDO UNA OFERTA ECONÓMICA ES ANORMALMENTE BAJA.

Se considerarán ofertas anormales o desproporcionadas, de acuerdo con lo previsto en el artículo 149 de la LCSP, según los siguientes supuestos:

- Único licitador: cuando la oferta económica sea inferior al presupuesto base de licitación en más de 25 unidades porcentuales
- Varios licitadores: se considerarán presuntamente desproporcionadas o anormales aquellas ofertas consideradas en su conjunto que excedan en un 35% a la media de las puntuaciones obtenidas por los licitadores.

El licitador que incurriese en oferta desproporcionada o anormal deberá explicar en detalle, con precisión y concreción, cómo conseguirá que el suministro sea económica y técnicamente viable, y no se ceñirá a una mera declaración de compromiso.

13. CRITERIOS DE DESEMPATE.

En caso de que, tras la aplicación de los criterios de adjudicación, se produzca un empate entre dos o más ofertas, se aplicarán como criterios de desempate los previstos en el artículo 147.2 de la LCSP, en el mismo orden que se establece en dicho artículo, referidos al momento de finalizar el plazo de presentación de ofertas.

14. CONDICIONES ESPECIALES DE EJECUCIÓN DEL CONTRATO.

Criterio Social: Estabilidad en el empleo

En cumplimiento del Acuerdo 82/2020, de 12 de noviembre, de la Junta de Castilla y León, por el que se aprueban directrices vinculantes para el impulso de la responsabilidad social en el gasto público de la Administración General e Institucional de la Comunidad de Castilla y León, se introduce la siguiente condición especial de ejecución:



La empresa adjudicataria deberá tener en la plantilla que ejecute el contrato al menos el 30% de trabajadores que gocen de estabilidad laboral.

Para el cómputo del número de trabajadores con contrato indefinido, se tendrán en cuenta exclusivamente las jornadas laborales completas, de manera que si son contratados trabajadores a jornada parcial, se sumarán las horas de estos para calcular el número de trabajadores equivalentes a una jornada completa.

Acreditación: Para acreditar la realización de esta condición de ejecución el contratista entregará al órgano de contratación, junto con la Memoria de Evaluación exigida, Declaración Responsable indicando expresamente que cumple esta condición especial de ejecución. Aportada esta documentación, y antes de dar la conformidad al pago de la factura, el responsable del contrato certificará el cumplimiento de esta obligación.

El cumplimiento por el contratista de esta condición especial de ejecución podrá verificarse por el órgano de contratación en cualquier momento durante la ejecución del contrato, solicitando la documentación que resulte necesaria a este efecto.

14.a) Responsabilidades y penalizaciones por incumplimiento del contrato

De acuerdo con lo dispuesto en el artículo 192 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, se establecen las siguientes penalidades para el caso de cumplimiento defectuoso de la prestación objeto del contrato:

En el caso de prensa escrita:

- 3.500 euros de penalización por cada inserción que no se produzca, en el caso de que dicha inserción estuviera incluida en la propuesta.
- 1.720 euros de penalización por cada inserción que no se produzca, en el caso de que dicha inserción fuera adicional a las previstas en la planificación mínima de medios.

En el caso de cuñas de radio:

- 710 euros de penalización por cada inserción que no se produzca, en el caso de que dicha inserción estuviera incluida en la propuesta.
- 360 euros de penalización por cada inserción que no se produzca, en el caso de que dicha inserción fuera adicional a las previstas en la planificación mínima de medios.

Se considera inserción cada anuncio en un día y medio de comunicación determinados.



Asimismo se penalizará con el 5% del precio del contrato, IVA excluido, el incumplimiento por la empresa adjudicataria de la obligación de tener en la plantilla que ejecute el contrato al menos el 30% de trabajadores que gocen de estabilidad laboral, introducida como condición especial de ejecución del presente documento.

La justificación para el establecimiento de estas penalizaciones se fundamenta en los perjuicios en la promoción y efectividad de la campaña por el impacto negativo que puede ocasionar el retraso en la publicación de los anuncios, así como en que se respeten las condiciones establecidas en el pliego de prescripciones técnicas respecto de la evaluación del impacto de la campaña, y en cumplimiento de las cláusulas sociales exigidas en esta contratación.

15. CUMPLIMIENTO DEL ACUERDO 82/2020.

A los efectos previstos en el ACUERDO 82/2020, de 12 de noviembre, de la Junta de Castilla y León, por el que se aprueban directrices vinculantes para el impulso de la responsabilidad social en el gasto público de la Administración General e Institucional de la Comunidad de Castilla y León, el presente contrato queda supeditado a los siguientes condicionamientos:

- Exigencia de la etiqueta “*ÓPTIMA CASTILLA LEÓN o equivalente*”:
 - ✓ En el presente contrato NO se exige debido a que no se encuentra vinculada al objeto del contrato.
- Solvencia técnica o profesional en los contratos de servicios
 - ✓ NO se exige como requisito de solvencia técnica o profesional la concreta experiencia, conocimientos y medios en materia social, de igualdad de oportunidades, de prestación de servicios de proximidad u otras análogas, por NO estar relacionado con el objeto principal del contrato.
- Criterio de adjudicación de naturaleza social:
 - ✓ NO se ha exigido por no permitirlo el objeto principal del contrato.
- Condición especial de ejecución de naturaleza social:
 - ✓ Se ha exigido la siguiente: Estabilidad en el empleo, e Igualdad de Oportunidades entre Hombres y Mujeres.
- Proyecto de inserción socio-laboral:
 - ✓ NO se ha exigido por no permitirlo el objeto, duración y características de este contrato.
- Contrato reservado a *Centros Especiales de Empleo de iniciativa social y a empresas de inserción*



✓ NO

16. FORMA DE PAGO

El abono del precio del contrato se efectuará en un único pago una vez finalizada la campaña. Para ello, la empresa adjudicataria deberá justificar la efectiva realización de los servicios contratados, en los términos y plazos establecidos previstos en los Pliegos y la oferta formulada.

El pago se realizará previa conformación de las facturas correspondientes por la Dirección General de Tributos y Financiación Autónoma de la ejecución del contrato, que certificará la entrega a satisfacción de la totalidad de los trabajos.

17. REVISIÓN DE PRECIOS.

Se declara improcedente la inclusión de fórmula de revisión de precios.

18. LUGAR DE ENTREGA DE LOS TRABAJOS.

La justificación de la realización del contrato se entregará a la Dirección General de Tributos y Financiación Autónoma.

19. DESIGNACIÓN E IDENTIFICACIÓN DE PERSONAL.

19.a) Responsable del contrato.

El responsable del contrato será la Jefe del Servicio de Organización y Planificación Tributaria de la Dirección General de Tributos y Financiación Autónoma, a quien corresponderá supervisar su correcta ejecución y agilizar la solución de las diversas incidencias que puedan surgir durante su ejecución. El contratista vendrá obligado a cumplir las decisiones adoptadas e instrucciones dictadas por el responsable en la ejecución del contrato. Su oposición a las mismas deberá ser puesta de manifiesto por escrito al órgano de contratación, que resolverá sobre la procedencia de su aplicación.

El órgano de contratación no quedará vinculado por los actos del contratista que no se ajusten plenamente o sean contrarios a las decisiones adoptadas e instrucciones dictadas por el responsable del contrato, correspondiendo en estos casos al contratista toda la responsabilidad que pudiera derivarse de tales actos.

19.b) Intervinientes en la redacción del pliego de prescripciones técnicas.



El Pliego de Prescripciones Técnicas de este contrato ha sido redactado por Lucía Vega de Alba, Jefe de Servicio de Organización y Planificación Tributaria de la Dirección General de Tributos y Financiación Autonómica.

19.c) Representantes de la Mesa de contratación.

- Representante titular: Ignacio Díez Prieto.
- Representante suplente: María Teresa Rivera Ruiz.

20. CONDICIONES DE LA SUBCONTRATACIÓN

No se permite la subcontratación.

21. OTRAS CONDICIONES.

21.a) Variantes.

No se contempla en el presente procedimiento variante alguna respecto al objeto del contrato.

21.b) Seguros.

No se exigen

21.c) Cesión del contrato.

Los derechos y obligaciones derivados del contrato no podrán ser objeto de cesión por el contratista a un tercero, de conformidad con el artículo 214 de la Ley de Contratos del Sector Público.

22. CUMPLIMIENTO DE LAS CONDICIONES DEL ACUERDO 110/2020, DE 30 DE DICIEMBRE Y ELECCIÓN DE LOS MEDIOS.

De acuerdo con el contenido del Acuerdo 110/2020, de 30 de diciembre, de la Junta de Castilla y León, por el que se establecen los criterios objetivos, las reglas de programación y las directrices vinculantes para los órganos de contratación de la Administración de la Comunidad de Castilla y León en materia de publicidad institucional, la presente acción de comunicación se considera como una campaña de publicidad institucional de comunicación, y como tal se llevará a cabo en los medios que señala su apartado decimocuarto, es decir, en los medios de prensa escrita diaria de ámbito provincial o autonómico que cuenten con sección de Castilla y León, o de ámbito nacional que cuenten con edición o sección de Castilla y León y en las emisoras de radio de información general y de ámbito autonómico o de ámbito nacional con programación autonómica, que cuenten con una licencia administrativa, sin que se aprecie ninguna circunstancia excepcional que justifique, a la vista del objeto de la campaña, su realización en



publicaciones especializadas o de periodicidad diferente ni, dado que la campaña se dirige a los ciudadanos de Castilla y León en general, sin nada que implique la necesidad de mayor intensidad en alguna provincia específica, en emisoras de radio de carácter o ámbito diferente. Por lo que se refiere a la distribución del esfuerzo que, en términos económicos, se realiza con la campaña entre prensa escrita y radio, se ha estimado concederle mayor importancia a la prensa escrita, dado que se considera que la difusión publicitaria en medio escrito es más efectiva, por cuanto el lector de prensa adquiere un conocimiento voluntario de lo anunciado más consciente y persistente en el tiempo, lo que provoca una repercusión entre los lectores y con quienes comparte su vida, proporcionalmente mayor que el oyente de radio.

Se ha considerado también que el lector de la prensa escrita se beneficia de la llamada doctrinalmente "lectura reposada" frente al oyente de radio, que no atiende con consciencia a todo lo que escucha, en atención también a la propia naturaleza del medio, el primero con vocación puramente informativa y el segundo de entretenimiento, mero acompañamiento.

En el particular caso de la Comunidad de Castilla y León, además, la prensa escrita presenta un singular apego al territorio que provoca una empatía en el lector, lo que en la práctica coadyuva a engrandecer el impacto publicitario por cada lector, asumiendo, ese impacto publicitario en prensa escrita, un peso específico que se estima de tanto al cuádruple de la audiencia en radio, lo que justifica la distribución del esfuerzo económico entre medios de una naturaleza y otra.

Por último, en cuanto al cumplimiento de los criterios contenidos en el mencionado Acuerdo, se considera que se da cumplimiento a los criterios de pluralidad de medios, accesibilidad y equilibrio territorial en cuanto que la propuesta es la de exigir en los pliegos que rijan el contrato un plan mínimo de inserciones de modo que en los 14 medios diarios de prensa escrita de difusión provincial o regional se publique un mismo número mínimo de inserciones, así como se prevé difundir la campaña en un mismo número de cuñas en cada una de las 4 emisoras de difusión regional.

Mediante el criterio de valoración empleado, que fomenta las inserciones adicionales en los medios con más audiencia se da cumplimiento a los criterios de impacto publicitario y audiencia, y de eficiencia de los recursos públicos.

SE PROPONE A V.I. RESUELVA LA SIGUIENTE PROPUESTA:

Autorizar el inicio del expediente de contratación referenciado, por el procedimiento abierto conforme a los artículos 131.2 y 156 y siguientes de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de



Contratos del Sector Público, por el importe y con cargo a la aplicación presupuestaria y anualidad señalada.

