



MÈDIA

INFORME JUSTIFICATIVO DE NECESIDAD DE CONTRATACIÓN

MEMORIA DE NECESIDAD PARA LA CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL PUBLICITARIA DE SPOTS, MICROESPACIOS, SOBREIMPRESIONES Y PIEZAS AUDIOVISUALES PARA TELEVISIÓN; CUÑAS, MENCIONES Y MICROESPACIOS PARA RADIO; Y PIEZAS DE BRANDED CONTENT PARA EL ENTORNO DIGITAL, PARA LA SOCIETAT ANÒNIMA DE MITJANS DE COMUNICACIÓ DE LA COMUNITAT VALENCIANA (SAMC), REF. EXPEDIENTE CNMY24/SAMC/04

ÍNDICE

1. Introducción
2. Objeto del contrato proyectado
3. Justificación de la necesidad e idoneidad del objeto del contrato para satisfacer las necesidades
4. Listado de servicios y obligaciones esenciales de la contratación
5. Lugar de ejecución del contrato
6. Plazo de ejecución
7. Presupuesto base de licitación y valor estimado
8. Insuficiencia de medios personales
9. Justificación de la elección del procedimiento de adjudicación
10. Justificación de los criterios de solvencia técnica o profesional y económica y financiera
11. Justificación de los criterios empleados para la adjudicación del contrato y su ponderación
12. Justificación de la elección de fórmulas
13. Condiciones especiales de ejecución del contrato.
14. Responsable del contrato, unidad de seguimiento y responsable del cumplimiento de cláusulas sociales
15. Subcontratación
16. Adscripción de medios personales
17. Protección de datos y confidencialidad
18. Recurrencia de la contratación (importes anteriores) y otras circunstancias
19. Existencia de presupuesto suficiente



1. INTRODUCCIÓN

La Ley 6/2016, de 15 de julio, del Servicio Público de Radiodifusión y Televisión de Ámbito Autonómico, de Titularidad de la Generalitat establece, en su artículo 2, que el servicio público audiovisual de titularidad de la Generalitat es un servicio esencial de interés económico general, necesario para la vertebración y cohesión territorial de la Comunitat Valenciana, así como para el mantenimiento de nuestra identidad como pueblo, nuestra cultura y nuestra lengua, que tiene por objeto satisfacer las necesidades de información, cultura, educación y entretenimiento de los ciudadanos y la sociedad de la Comunitat.

La Societat Anònima de Mitjans de Comunitat Valenciana (SAMC) se constituyó mediante escritura otorgada con fecha 5 de abril de 2017, con número de protocolo 404 e inscrita en el Registro Mercantil de Valencia con fecha 25 de junio 2017, inscripción 1, tomo 10.287, folio 63, hoja 176.354.

De acuerdo con la escritura de constitución, la SAMC se registró especialmente por la Ley 6/2016, de 15 de julio, de la Generalitat, del Servicio Público de radiodifusión y televisión de ámbito autonómico, de titularidad de la Generalitat, por los estatutos, por las normas reguladoras de las empresas de la Generalitat en aquello que sea aplicable y por la normativa económica y financiera de aplicación en el sector público empresarial valenciano, como también por la legislación mercantil y la normativa aplicable en materia audiovisual.

El artículo 37 de la Ley 6/2016, determina que los ingresos derivados de la comercialización de la publicidad son uno de los pilares de la financiación mixta de la entidad. Y tal y como se refleja en el artículo 39, la corporación tiene la plena capacidad para explotar comercialmente su oferta de programación y sus contenidos.

Todos los servicios de producción y emisión de contenidos de televisión, radio y transmedia, comercialización de productos publicitarios, promoción y demás actividades principales o auxiliares prestadas, se realizan bajo la marca À Punt.

Para la consecución de los objetivos de comercialización, se necesitan piezas audiovisuales publicitarias para televisión, radio y entorno digital. Actualmente, la SAMC no dispone de infraestructura suficiente para acometer este trabajo con los recursos disponibles, por lo que se necesita contratar una empresa especializada para poder desarrollar los servicios descritos.

De acuerdo con lo dispuesto en el artículo 28 de la LCSP (Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público) se estima que, realizando esta contratación, se satisface plenamente el alcance de todas las necesidades citadas, resultando idónea la contratación y su objeto para satisfacer dichas necesidades.

2. OBJETO DEL CONTRATO PROYECTADO

El presente contrato tiene por objeto la contratación de los servicios de producción audiovisual publicitaria de spots, sobrepresiones y piezas audiovisuales para televisión; cuñas, menciones y microespacios para radio; y piezas de branded content para el entorno digital, para la Societat Anònima de Mitjans de Comunicació de la Comunitat Valenciana (SAMC), REF. EXPEDIENTE CNMY24/SAMC/04.

El detalle de las especificaciones, extensión y características de la contratación vienen descritas en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

Los códigos C.P.V. asociados al pliego son:

Código C.P.V.	Descripción
79314400	Sevicios de campañas de publicidad
79342200	Servicios de promoción

3. JUSTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD E IDONEIDAD DEL OBJETO DEL CONTRATO PARA SATISFACER LAS NECESIDADES

El artículo 37 de la Ley 6/2016, determina que los ingresos derivados de la comercialización de la publicidad son uno de los pilares de la financiación mixta de la entidad. Y tal y como se refleja en el artículo 39, la corporación tiene la plena capacidad para explotar comercialmente su oferta de programación y sus contenidos.

El Departamento de Publicidad de la SAMC requiere de un servicio de producción audiovisual para poder cubrir las necesidades de producción de clientes que no disponen de piezas publicitarias, y de esta forma, aumentar el número de clientes y, por tanto, los ingresos publicitarios de la Societat Valenciana de Mitjans de Comunicació (SAMC).

Actualmente, la SAMC no dispone de recursos técnicos ni humanos para atender estas necesidades de producción, que son de suma importancia para el correcto desarrollo del trabajo en el Departamento de Publicidad. Por ello, hace falta contratar a una empresa que preste los servicios de producción audiovisual publicitaria.

Para cubrir el servicio y que este se ejecute de forma óptima, se necesita externalizar la prestación de este servicio, de modo que puedan garantizarse de forma inmediata las necesidades que la SAMC tiene encomendadas.

4. LISTADO DE SERVICIOS Y OBLIGACIONES ESENCIALES DE LA CONTRATACIÓN

4.1. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL SERVICIO

El contrato de producción audiovisual publicitaria tiene como objetivo cubrir las necesidades de producción de piezas publicitarias del Departamento de Publicidad, para ofrecer un servicio óptimo a sus clientes y aumentar tanto el número de clientes potenciales como los ingresos derivados de la explotación publicitaria. Concretamente, se proponen tres lotes que cubren la producción y adaptación publicitaria de spots, microespacios, sobreimpresiones y piezas audiovisuales para

televisión; cuñas, menciones y microespacios para radio; y piezas de branded content para el entorno digital, para la Societat Anònima de Mitjans de Comunicació de la Comunitat Valenciana (SAMC).

Actualmente, muchos de los anunciantes regionales reales y potenciales de la SAMC son medianas y pequeñas empresas que no disponen de material adecuado para ser emitido en ninguno de los soportes de la SAMC. El servicio propuesto en esta licitación permite no solo aumentar la cartera de clientes, sino potenciar y promover el crecimiento del tejido empresarial valenciano.

4.2 LOTE 1: PRODUCCIONES AUDIOVISUALES

El primer lote contempla los siguientes servicios:

Tipo	Servicio	Unidades estimadas	Importe unitario máximo de licitación	Importes	% sobre total
T	Piezas audiovisuales de Branded content	20	800,00	16.000,00	34,19%
T	Spots publicitarios (sin grabación)	20	500,00	10.000,00	21,37%
T	Spots publicitarios (con grabación)	5	700,00	3.500,00	7,48%
T	Careta de patrocinio de televisión básica	10	450,00	4.500,00	9,62%
T	Edición simple de spot de patrocinio añadiendo unicamente locución de patrocinio	6	300,00	1.800,00	3,85%
T	Ediciones de vídeo	5	200,00	1.000,00	2,14%
T	Sobreimpresiones virtuales	3	350,00	1.050,00	2,24%
T	Adaptación para emisión sobreimpresiones virtuales	6	75,00	450,00	0,96%
T	Sobreimpresiones estándar/faldón	10	100,00	1.000,00	2,14%
T	Adaptación para emisión sobreimpresiones estándar/faldón	20	75,00	1.500,00	3,21%
T	Otros_Precio hora grabación	30	100,00	3.000,00	6,41%
T	Otros_Precio hora edición	30	100,00	3.000,00	6,41%
	Totales			46.800,00	100,00%

- A) Piezas audiovisuales de Branded Content.

Piezas audiovisuales con formato noticia de aproximadamente un minuto. Se requerirá media jornada de grabación, guionización de la noticia en base al briefing facilitado por la SAMC para cada petición, locución y edición final incluyendo cabecera, cierre y rótulos.

La SAMC proporcionará en formato After Effects el material genérico necesario para la sintonía, cabecera, cierre y rotulación.

El modelo de producción se puede consultar en la siguiente dirección web: <https://www.apuntmedia.es/programes/cadena-de-valor/>

- B) Spots publicitarios (sin grabación).

Piezas audiovisuales publicitarias con una duración de entre 10 y 30 segundos. Se realizará en base al material (audiovisual o imágenes) proporcionado por el cliente, al que se añadirán imágenes de archivo, música de biblioteca y locución. La SAMC proporcionará un briefing creativo para cada petición. Se deberá de entregar la pieza con todos los derechos de emisión.

- C) Spots publicitarios (con grabación).

Piezas audiovisuales publicitarias con una duración entre 10 y 30 segundos. Se realizará en base al material (audiovisual o imágenes) proporcionado por el cliente, y los brutos grabados



por la productora (estimación de media jornada de grabación), pudiéndose añadir imágenes de archivo, música de biblioteca y locución. La SAMC proporcionará un briefing creativo para cada petición. Se deberá de entregar la pieza con todos los derechos de emisión.

- D) Careta de patrocinio de televisión básica.
Careta de patrocinio publicitario, con una duración de 10 segundos. Se realizará en base al material (audiovisual o imágenes) proporcionado por el cliente, añadiendo música de biblioteca y locución. La SAMC proporcionará un briefing creativo para cada petición. Se deberá de entregar la pieza con todos los derechos de emisión.
- E) Edición simple de spot de patrocinio añadiendo únicamente locución de patrocinio.
Careta de patrocinio publicitario, con una duración de 10 segundos, que se producirá en base al video y audio proporcionado por la SAMC, a la que se le deberá de añadir únicamente una locución de patrocinio. La SAMC proporcionará un briefing creativo para cada petición. Se deberá de entregar la pieza con todos los derechos de emisión.
- F) Ediciones de video.
Ediciones ad-hoc en los que se modifica el video sobre el proyecto original, se añaden rótulos y se cambia el audio.
- G) Sobreimpresiones virtuales.
Pequeñas piezas de 10 segundos de duración donde se animan ciertos elementos, resultando una pieza (video y audio) con animación sobre una transparencia, que se sobreimpresiona en el transcurso de un programa o retransmisión, normalmente al comienzo o final de la misma. Se podrá añadir música y locución. Se deberá de entregar un archivo “.mov”.
- H) Adaptación para emisión sobreimpresiones virtuales.
Exportación para emisión de la pieza finalizada aportada por el cliente, con las características técnicas especificadas en el Manual de entrega de materiales, disponible en el site de publicidad de la web de À Punt.
- I) Sobreimpresiones standard/faldón.
Pequeñas piezas de 8 segundos de duración donde se animan ciertos elementos (logos, imágenes y texto) proporcionados por la SAMC, resultando una pieza (video y audio) con animación sobre una transparencia, que se sobreimpresiona en el transcurso de un programa o retransmisión, en 1/6 inferior de la pantalla. Se deberá entregar un archivo mp4 con la prueba del resultado final, y una secuencia de imágenes “tga”.
- J) Adaptación para emisión sobreimpresiones estándar/faldones.
Exportación para emisión de la pieza finalizada aportada por el cliente, con las características técnicas especificadas en el Manual de entrega de materiales, disponible en el site de publicidad de la web de À Punt.

K) Otros_Precio hora grabación.

Grabación de piezas publicitarias de forma ocasional, que no estén contempladas en el presente listado de piezas estándar. La tarificación de este formato, al no estar previamente definido, se realizará en función de las horas de grabación requeridas.



L) Otros_ Precio hora edición.

Edición de piezas publicitarias de forma ocasional, que no estén contempladas en el presente listado de piezas estándar. La tarificación de este formato, al no estar previamente definido, se realizará en función de las horas de edición requeridas.

4.3 LOTE 2: PRODUCCIONES DE AUDIO

Servicio	Unidades estimadas	Importe unitario máximo de licitación	Importes	% sobre total
Cuñas publicitarias de radio, una voz	24	150,00	3.600,00	32,73%
Cuñas publicitarias de radio, dos voces	5	250,00	1.250,00	11,36%
Locución simple para radio	5	100,00	500,00	4,55%
Locución simple para radio, con música y efectos	10	150,00	1.500,00	13,64%
Microespacios de radio, una voz	5	250,00	1.250,00	11,36%
Microespacios de radio, dos voces	2	325,00	650,00	5,91%
Locución para incorporar a spot de televisión/radio	5	200,00	1.000,00	9,09%
Careta de patrocinio simple de radio	10	125,00	1.250,00	11,36%
Totales			11.000,00	100,00%

- A) Cuñas publicitarias de radio, una voz.
Piezas de audio de entre 10 y 30 segundos de duración, en las que se mezcla una locución (una sola voz), música y efectos. Incluye edición y postproducción. Se deberán proporcionar las piezas con todos los derechos de emisión.
- B) Cuñas publicitarias de radio, dos voces.
Piezas de audio de entre 10 y 30 segundos de duración, en las que se mezcla una locución (dos voces), música y efectos. Incluye edición y postproducción. Se deberán de proporcionar las piezas con todos los derechos de emisión.
- C) Locución simple para radio.
Locución simple de radio, de entre 10 y 20 segundos, para ser emitida directamente en este soporte.
- D) Locución simple para radio, con música y efectos.
Locución simple de radio, de entre 10 y 20 segundos, a las que se les incorpora música y/o efectos, para ser emitidas directamente en este soporte.
- E) Microespacios de radio, una voz.
Piezas de audio de aproximadamente 60 segundos de duración, en las que se mezcla locución (una voz), música y efectos.
- F) Microespacios de radio, dos voces.
Piezas de audio de aproximadamente 60 segundos de duración, en las que se mezcla locución (dos voces), música y efectos



- G) Locución para incorporar a un spot de televisión.
Locución simple, de entre 10 y 20 segundos, para ser incorporada a caretas de patrocinio o spots de televisión.
- H) Careta de patrocinio simple de radio.
Locución de entre 5 o 10 segundos, en las que se menciona el patrocinio de un programa. Puede ir acompañada de música y/o efectos.

4.4 LOTE 3: ARTÍCULOS BRANDED CONTENT

Servicio	Unidades estimadas	Importe unitario máximo de licitación	Importes	% sobre total
Artículo Branded Content + edición foto	30	150,00	4.500,00	69,23%
Artículo Branded Content + edición simple video	10	200,00	2.000,00	30,77%
Totales			6.500,00	100,00%

- A) Artículo Branded Content con edición de fotografía.
Redacción de un artículo de Branded Content de 500 palabras aproximadamente. La SAMC suministrará la información necesaria y las imágenes, que se editarán únicamente cuando sea necesario.

El material se entregará a la SAMC, donde el departamento correspondiente lo subirá a la web.
- B) Artículo Branded Content con edición de video.
Redacción de un artículo de Branded Content de 500 palabras aproximadamente. La SAMC suministrará la información necesaria y las imágenes, sobre las que se realizará una edición simple únicamente cuando sea necesario.

El material se entregará a À Punt, donde el departamento correspondiente lo subirá a la web.

4.5 Condiciones del servicio:

- **Forma de prestación del servicio:**
 - La empresa productora deberá de realizar la producción de la/s pieza/s audiovisual/es solicitadas en base al *briefing* proporcionado por la SAMC en cada una de las peticiones que esta haga. En el mismo se detallará:
 - El público objetivo al que irá dirigido el spot o cuña.
 - Un breve guion del contenido del anuncio.
 - La locución en su caso el tipo de música y efectos a incorporar.
 - La base de imágenes a utilizar (de librería, proporcionadas por la SAMC, grabación realizada por la empresa productora, *Motion Graphics*, o una mezcla de algunas de ellas).
 - La creatividad en formato editable, en el caso de las adaptaciones.
 - La información necesaria para la redacción y edición del contenido, en el caso de las



piezas de branded content.

- Cualquier indicación necesaria para la producción de la pieza publicitaria.
- Las piezas producidas tendrán que seguir el *look&feel* marcado por À Punt.
- La empresa productora deberá aplicar los precios y tarifas ofertadas para las diferentes producciones.
- La empresa productora deberá de proponer un plazo de producción que en ningún caso deberá superar los 5 días laborables desde que se haya entregado y acordado el *briefing* definitivo, y que esté en poder de la empresa productora todo el material a proporcionar (en su caso) por parte de la SAMC. Para algunas piezas en particular (piezas audiovisuales de Branded Content y otras piezas marcadas como urgentes) el plazo de producción podrá ser de 48 horas.
- Una vez realizada la primera entrega de la pieza publicitaria, la SAMC podrá sugerir hasta dos modificaciones menores del mismo sin coste adicional.
- La empresa productora facturará a la SAMC por los servicios realmente prestados para la producción de la pieza aplicando las tarifas ofertadas y los servicios realmente realizados en cuanto a tiempo dedicado a la producción, y que en ningún caso deberá superar la estimación de coste realizada.
- Las locuciones se realizarán generalmente en valenciano, por locutores con dominio de este idioma.
- La empresa productora deberá de proporcionar el *máster* de la pieza definitiva en el formato especificado en el *Manual de entrega de materiales*, disponible en la web de À Punt (<https://www.apuntmedia.es/publicitat/documents/>).
- Se deberá de proporcionar a la vez una copia en formato MP3/MP4 con calidad estándar para la utilización en promociones *web* y redes sociales.
- El material se deberá de entregar con todos los derechos de explotación cedidos a favor de la SAMC, y libre del pago de derechos (vídeos, músicas, locuciones, imágenes y cualquier otro derecho de propiedad intelectual o industrial).

5. LUGAR DE EJECUCIÓN DEL CONTRATO

Domicilio de la empresa adjudicataria.

6. PLAZO DE EJECUCIÓN

El plazo de ejecución de los servicios será de **un año** a partir de la formalización del contrato o la fecha de inicio que se establezca en el mismo, con la posibilidad de prórroga de 1 año, siendo la duración total contractual de 2 años incluida la prórroga.

7. PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN Y VALOR ESTIMADO

7.1 PRESUPUESTO BASE DE LA LICITACIÓN

El desglose del presupuesto base de licitación para el primer año de contrato, sin IVA, asciende a la cantidad de **64.300 €**.



SERVICIO	PRESUPUESTO MÁXIMO DE LICITACIÓN PARA UN AÑO (IVA no incluido)
PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL PUBLICITARIA DE SPOTS, MICROESPACIOS, SOBREIMPRESIONES Y PIEZAS AUDIOVISUALES PARA TELEVISIÓN; CUÑAS, MENCIONES Y MICROESPACIOS PARA LA RADIO; Y PIEZAS DE BRANDED CONTENT PARA EL ENTORNO DIGITAL	64.300,00.-€

A) DISTRIBUCIÓN PRESUPUESTARIA

La distribución presupuestaria para el periodo inicial del contrato será la expresada en los cuadros siguientes:

TOTAL CONTRATO

Añualidad	Importe base (€)	% IVA	IVA (€)	Total (€)
2024	38.580,00.-€	21	8.101,80.-€	46.681,80.-€
2025	25.720,00.-€	21	5.401,20.-€	31.121,20.-€
TOTAL	64.300,00.-€	21	13.503,00.-€	77.803,00.-€

LOTE 1: PRODUCCIONES AUDIOVISUALES

Añualidad	Importe base (€)	% IVA	IVA (€)	Total (€)
2024	28.080,00.-€	21	5.896,80.-€	33.976,80.-€
2025	18.720,00.-€	21	3.931,20.-€	22.651,20.-€
TOTAL	46.800,00.-€	21	9.828,00.-€	56.628,00.-€

LOTE 2: PRODUCCIONES DE AUDIO

Añualidad	Importe base (€)	% IVA	IVA (€)	Total (€)
2024	6.600,00.-€	21	1.386,00.-€	7.986,00.-€
2025	4.400,00.-€	21	924,00.-€	5.324,00.-€
TOTAL	11.000,00.-€	21	2.310,00.-€	13.310,00.-€

LOTE 3: ARTÍCULOS BRANDED CONTENT

Anualidad	Importe base (€)	% IVA	IVA (€)	Total (€)
2024	3.900,00.-€	21	819,00.-€	4.719,00.-€
2025	2.600,00.-€	21	546,00.-€	3.146,00.-€
TOTAL	6.500,00.-€	21	1.365,00.-€	7.865,00.-€

B) DISTRIBUCIÓN DE COSTES:

Justificación costes directos y costes indirectos: En base al precio de la totalidad de licitación, se estiman los costes directos e indirectos de la contratación utilizando los datos de la Central de Balances del Banco de España (CenBal), según el siguiente desarrollo:

La CenBal pone a disposición de los usuarios, de manera completamente libre, los informes de una base de datos con un conjunto de 28 ratios sectoriales de las sociedades no financieras (RSE), donde se facilita información para el análisis comparado de empresas individuales con agregados de sociedades no financieras, permitiendo situar a la empresa en el cruce de sector de actividad y tamaño en el que esta se encuadra. Entre los datos que difunde, en esas 28 ratios significativos, se encuentran algunos que son de extrema utilidad para determinar los costes directos e indirectos de los bienes a licitar, como son: la cifra de ventas, los gastos de personal, el margen bruto y el resultado económico neto («beneficio de explotación» o el llamado «beneficio industrial» por la LCSP/2017), que incluye implícitamente los gastos de estructura o de explotación y que se pueden deducir.

En este caso concreto, para hacer el análisis atenderemos a los datos del sector de la actividad CNAE siguiente:

J59 Actividades cinematográficas, de vídeo y de programas de televisión, grabación de sonido y edición musical

LOTE	PRESUPUESTO BASE LICITACIÓN (IVA no incluido)	PRESUPUESTO BASE LICITACIÓN DESGLOSADO (IVA no incluido)	IVA	IMPORTE TOTAL (incluido IVA)
LOTE 1 PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL	46.800,00 €	<ul style="list-style-type: none"> - Costes directos: 30.016,29 € - Costes indirectos: 9.923,44 € - Costes salariales 11.302,95 € - Beneficio industrial: 5.385,32 € 	21%	56.628,00 €
LOTE 2 PRODUCCIÓN SONORA	11.000,00 €	<ul style="list-style-type: none"> - Costes directos: 7.055,11 € - Costes indirectos: 2.332,43 € - Costes salariales: 2.656,68 € - Beneficio industrial: 1.265,78 € 	21%	13.310,00 €



LOTE 3 ARTÍCULOS DE BRANDED CONTENT	6.500,00 €	- Costes directos: 4.168,93 € - Costes indirectos: 1.378,25 € - Costes salariales: 1.569,85 € - Beneficio industrial: 747,96 €	21%	7.865,00 €
--	------------	---	-----	------------

La distribución de las empresas del sector con el que se hace la comparación y que forman parte de la encuesta, por una cuestión puramente práctica, es simétrica, con lo que estamos suponiendo que la media aritmética y la mediana (el valor intermedio de la serie de observaciones de la encuesta o valor central de los datos ordenados) coinciden en el mismo punto de la distribución, dejando el 50% de los sucesos observados a cada lado. Por tanto, tomamos como punto del cuartil Q2 el valor donde se encuentra la media de toda la serie y, aunque realmente no fuera así porque tuviera una asimetría, la media aritmética no obstante estaría bastante cercana al Q2.

En consecuencia, el presupuesto base de licitación para la ejecución del contrato, que tiene una duración inicial de un año, está estimado en **SESENTA Y CUATRO MIL TRESCIENTOS EUROS (64.300€)**, IVA excluido, al que corresponde un IVA de **TRECE MIL QUINIENTOS TRES EUROS (13.503 €)**, resultando un importe total de **SETENTA Y SIETE MIL OCHOCIENTOS TRES EUROS (77.803€)**, IVA incluido.

Al tratarse de un servicio que se ejecuta de forma sucesiva pero incierta, la cuantía total del contrato no queda definida con exactitud al tiempo de celebrar el contrato, por estar subordinados los servicios a las necesidades de la SAMC; por ellos se propone la aprobación de un presupuesto máximo por el importe del precio de licitación citado.

Solo se facturarán los servicios solicitados que se hayan realizada de forma efectiva. El contratista emitirá las facturas por meses naturales a periodo vencido, una vez realizados los servicios a conformidad.

El presente procedimiento es susceptible de dividirse en lotes, ya que existe especialización en el mercado en cuanto a la producción de piezas audiovisuales, por un lado, de solo audio por otro y de artículos de *branded content* por otro. Esta división en lotes permite optimizar las ofertas.

Las empresas interesadas podrán presentarse a uno de los lotes, a dos, o a los tres. Asimismo, las empresas interesadas podrán resultar adjudicatarias de uno, dos o los tres lotes.

El presupuesto fijado para cada lote tiene valor máximo y determinará la exclusión de cualquier oferta por un importe superior en alguno de ellos.

A continuación, se indican los precios máximos de la licitación y una estimación anual para los distintos servicios:

LOTE 1: PRODUCCIONES AUDIOVISUALES

Tipo	Servicio	Unidades estimadas	Importe unitario máximo de licitación	Importes	% sobre total
T	Piezas audiovisuales de Branded content	20	800,00	16.000,00	34,19%
T	Spots publicitarios (sin grabación)	20	500,00	10.000,00	21,37%
T	Spots publicitarios (con grabación)	5	700,00	3.500,00	7,48%
T	Careta de patrocinio de televisión básica	10	450,00	4.500,00	9,62%
T	Edición simple de spot de patrocinio añadiendo únicamente locución de patrocinio	6	300,00	1.800,00	3,85%
T	Ediciones de video	5	200,00	1.000,00	2,14%
T	Sobreimpresiones virtuales	3	350,00	1.050,00	2,24%
T	Adaptación para emisión sobreimpresiones virtuales	6	75,00	450,00	0,96%
T	Sobreimpresiones estándar/faldón	10	100,00	1.000,00	2,14%
T	Adaptación para emisión sobreimpresiones estándar/faldón	20	75,00	1.500,00	3,21%
T	Otros_Precio hora grabación	30	100,00	3.000,00	6,41%
T	Otros_Precio hora edición	30	100,00	3.000,00	6,41%
	Totales			46.800,00	100,00%

LOTE 2: PRODUCCIONES DE AUDIO

Servicio	Unidades estimadas	Importe unitario máximo de licitación	Importes	% sobre total
Cuñas publicitarias de radio, una voz	24	150,00	3.600,00	32,73%
Cuñas publicitarias de radio, dos voces	5	250,00	1.250,00	11,36%
Locución simple para radio	5	100,00	500,00	4,55%
Locución simple para radio, con música y efectos	10	150,00	1.500,00	13,64%
Microespacios de radio, una voz	5	250,00	1.250,00	11,36%
Microespacios de radio, dos voces	2	325,00	650,00	5,91%
Locución para incorporar a spot de televisión/radio	5	200,00	1.000,00	9,09%
Careta de patrocinio simple de radio	10	125,00	1.250,00	11,36%
Totales			11.000,00	100,00%

LOTE 3: ARTÍCULOS DE BRANDED CONTENT

Servicio	Unidades estimadas	Importe unitario máximo de licitación	Importes	% sobre total
Artículo Branded Content + edición foto	30	150,00	4.500,00	69,23%
Artículo Branded Content + edición simple video	10	200,00	2.000,00	30,77%
Totales			6.500,00	100,00%

C) LAS EVENTUALES PRÓRROGAS.

Este contrato tiene un año de vigencia, con posibilidad de un año de prórroga.

D) MODIFICACIONES DEL CONTRATO.

Para este contrato se prevén modificaciones al alza de un 20% en caso de probada necesidad.

La modificación se requerirá cuando se justifique un incremento importante de servicios requeridos no predecibles, de tal forma que se agote el presupuesto con mucha antelación.

7.2 VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO

El valor estimado del contrato se tiene en cuenta para establecer el procedimiento de adjudicación aplicable y la publicidad a la que se va a someter. El valor estimado del contrato contempla el presupuesto base inicial, una posible prórroga de un año adicional, así como una posible modificación contractual prevista en el contrato.

De acuerdo con el artículo 101 de la LCSP el **Valor estimado del contrato es 141.460,00 €** (IVA no incluido), dado el presupuesto máximo propuesto IVA no incluido, la prórroga prevista y el importe de la modificación prevista de un 20%.

Presupuesto base aprobado 1 año	64.300,00.-€
Importe modificación prevista 20% art. 204 (opción eventual)	12.860,00.-€
Presupuesto máximo prórroga de 1 año	64.300,00.-€
Total valor estimado (IVA no incluido).	141.460,00.-€

Dado que la cuantía total del contrato no queda definida con exactitud al tiempo de celebrar el contrato por estar subordinados los servicios a las necesidades de la SAMC (y el establecimiento de un presupuesto máximo como límite de gasto) se propone la posibilidad de realizar una modificación de acuerdo con el artículo 204 de la LCSP (Modificaciones previstas) y la DA 33 de la LCSP, de hasta un máximo del veinte por ciento (20%), para el caso de que las necesidades reales sean superiores a las estimadas inicialmente.

La modificación deberá tramitarse, en su caso, antes de que se agote el presupuesto máximo inicialmente aprobado, comprometiendo el crédito y presupuesto correspondiente necesario para cubrir el importe máximo de las nuevas necesidades. Así, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 204 LCSP, la modificación no podrá suponer el establecimiento de nuevos precios unitarios no previstos en el contrato.

VALOR ESTIMADO LOTE 1:

Presupuesto base aprobado 1 año	46.800,00.-€
Importe modificación prevista 20% art. 204 (opción eventual)	9.360,00.-€
Presupuesto máximo prórroga de 1 año	46.800,00.-€
Total valor estimado (IVA no incluido).	102.960,00.-€

VALOR ESTIMADO LOTE 2:

Presupuesto base aprobado 1 año	11.000,00.-€
Importe modificación prevista 20% art. 204 (opción eventual)	2.200,00.-€

Presupuesto máximo prorroga de 1 año	11.000,00.-€
Total valor estimado (IVA no incluido).	24.200,00.-€

VALOR ESTIMADO LOTE 3:

Presupuesto base aprobado 1 año	6.500,00.-€
Importe modificación prevista 20% art. 204 (opción eventual)	1.300,00.-€
Presupuesto máximo prorroga de 1 año	6.500,00.-€
Total valor estimado (IVA no incluido).	14.300,00.-€

8. INSUFICIENCIA DE MEDIOS PERSONALES

Actualmente, la SAMC no dispone de recursos técnicos ni humanos para atender estas necesidades de producción, que son de suma importancia para el correcto desarrollo del trabajo en el Departamento de Publicidad. Por ello, hace falta contratar a una empresa que preste los servicios de producción audiovisual publicitaria.

9. JUSTIFICACIÓN DE LA ELECCIÓN DEL PROCEDIMIENTO DE ADJUDICACIÓN

El artículo 131.2 de la LCSP señala que “La adjudicación se realizará, ordinariamente (...) utilizando el procedimiento abierto o el procedimiento restringido (...)”.

El procedimiento abierto simplificado es una simplificación del procedimiento abierto por lo que tiene la consideración de procedimiento ordinario.

El artículo 159.1 de la LCSP establece que el órgano de contratación podrá acordar la utilización del procedimiento abierto simplificado cuando se cumplan las dos condiciones siguientes:

- a) Que su valor estimado, en el caso de los contratos de servicios, sea inferior a las cantidades establecidas en el artículo 22.1, letra a) de la LCSP o a sus actualizaciones.
- b) Que entre los criterios de adjudicación previstos en el pliego no haya ninguno evaluable mediante juicio de valor o, de haberlos, su ponderación no supere el veinticinco por ciento del total o, en el caso de prestaciones de carácter intelectual, el cuarenta y cinco por ciento del total.

Este procedimiento permite que todo empresario interesado pueda presentar una proposición, quedando excluida toda negociación de los términos del contrato con los licitadores. De este modo, cualquier empresario puede presentarse a la licitación y se asegura la concurrencia y la libre competencia entre los licitadores. De esta competencia saldrá la oferta más ventajosa.

El procedimiento de adjudicación que se propone para esta contratación es el **procedimiento abierto simplificado** al cumplirse los dos requisitos sustantivos que permiten su uso, esto es, el valor



estimado para este contrato es de **CIENTO CUARENTA Y UN MIL CUATROCIENTOS SESENTA EUROS (141.460,00 €)** y que los criterios de adjudicación evaluables mediante juicio de valor no superan el 25% de ponderación del total.

10. JUSTIFICACIÓN DE LOS CRITERIOS DE SOLVENCIA TÉCNICA O PROFESIONAL Y ECONÓMICA Y FINANCIERA

10.1 Para acreditar la SOLVENCIA ECONÓMICA Y FINANCIERA de los licitadores, el criterio elegido es:

Criterio único. Volumen anual de negocios del licitador o candidato, que referido al año de mayor volumen de negocio de los tres últimos concluidos deberá ser al menos una vez y media al valor estimado del contrato cuando su duración no sea superior a un año, y al menos una vez y media el valor anual medio del contrato si su duración es superior a un año. **En este caso, el volumen anual de negocios del licitador o candidato referido al año de mayor volumen de negocio de los tres últimos deberá de ascender, al menos, a 77.220,00€ para el LOTE 1, 18.150,00 € para el LOTE 2 y 10.725,00 € para el LOTE 3.**

		Solvencia Económica
<u>LOTE 1</u>	Importe anualidad media (€)	Una vez y media la anualidad media (€)
	51.480,00 €	77.220,00 €

		Solvencia Económica
<u>LOTE 2</u>	Importe anualidad media (€)	Una vez y media la anualidad media (€)
	12.100,00 €	18.150,00 €

		Solvencia Económica
<u>LOTE 3</u>	Importe anualidad media (€)	Una vez y media la anualidad media (€)
	7.150,00 €	10.725,00 €

Acreditación: 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 legalizadas por el Registro Mercantil.

En el caso de **empresas de nueva creación** en las que no esté vencida la obligación de aprobación de cuentas anuales, los empresarios podrán acreditarla por la declaración firmada por los administradores del balance formulado y elaborado de acuerdo con la normativa contable de aplicación.

Justificación: La elección de este criterio se justifica en la previsión del artículo 87.3.b) de la propia Ley de Contratos del Sector Público, el cual permite a los licitadores, en los contratos cuyo objeto

consista en servicios, que puedan acreditar la solvencia económica y financiera mediante la presentación de las cuentas anuales, y que estas justifiquen un volumen de negocios al menos una vez y media el valor anual medio del contrato, si su duración es superior al año.

10.2 Para acreditar la SOLVENCIA TÉCNICA O PROFESIONAL de los licitadores, el criterio elegido es:

Criterio 1: relación de los principales servicios o trabajos efectuados durante los tres últimos años.

Haber realizado en el último año trabajos similares al que se describe en el presente documento, siempre que hayan sido emitidos/publicados en un medio de comunicación de ámbito autonómico, local o estatal.

Acreditación: La realización de los trabajos se acreditará con certificados o facturas que incluyan, al menos: **entidad contratante (pública o privada), objeto, importe y fechas.**

Justificación: El criterio responde de forma adecuada al objeto del contrato para asegurar que los licitadores disponen de capacidad técnica, experiencia y conocimiento suficiente en la prestación de este tipo de servicios sin llegar a resultar restrictiva la exigencia para los licitadores.

Criterio 2: Componentes técnicos y humanos

La empresa productora deberá disponer del siguiente equipamiento técnico. Se deberá acreditar por parte de la empresa que, efectivamente, se poseen

LOTE 1

- Cámara con capacidad de grabación en resolución 4K.
- Equipamiento para la captación de sonido en directo.
- Equipo de iluminación para espacios interiores.
- Equipos de edición y postproducción de vídeo y las licencias del *software* necesario (*Suite Adobe con Premiere y After Effects y Audition* o similares).
- Acceso a bancos de imágenes y de músicas y efectos especiales

LOTE 2

- Equipamiento para la captación de sonido en directo.
- Equipos de edición y postproducción de audio y las licencias del *software* necesario (*Suite Adobe con Audition* o similares)

LOTE 3

- Software de ofimática para la edición de contenidos.
- Software de edición de fotografía y video (*Suite Adobe Photoshop, Premiere* o similares).

Acreditación: La posesión de los componentes técnicos se acreditará con certificados o facturas.

Justificación: El criterio responde de forma adecuada al objeto del contrato para asegurar que los licitadores disponen de los componentes técnicos necesarios para la prestación de este tipo de servicios sin llegar a resultar restrictiva la exigencia para los licitadores.

CRITERIOS PARA LAS EMPRESAS DE NUEVA CREACIÓN:

Criterio 1: Personal técnico

La entidad licitadora que concurra a licitación deberá indicar el personal técnico que participa en el contrato, debiendo dicho personal cumplir con los siguientes requisitos:

- Titulación: Licenciatura o Grado en Publicidad y RR.PP., Periodismo o Comunicación Audiovisual, o equivalente.
- Años mínimos de experiencia de los trabajadores: 3 años.

Acreditación: Título universitario o de formación profesional de los estudios arriba indicados. Se aportará también curriculum vitae de las personas que participarán en la ejecución del contrato.

Justificación: Es necesario que las personas que formen parte de la empresa licitadora tenga los conocimientos y la experiencia necesaria en trabajos de esta misma índole para asegurarse un correcto desarrollo de las tareas encargadas.

Criterio 2: Componentes técnicos

La empresa productora deberá disponer del siguiente equipamiento técnico. Se deberá acreditar por parte de la empresa que, efectivamente, se poseen

LOTE 1

- Cámara con capacidad de grabación en resolución 4K.
- Equipamiento para la captación de sonido en directo.
- Equipo de iluminación para espacios interiores.
- Equipos de edición y postproducción de vídeo y las licencias del *software* necesario (*Suite Adobe con Premiere y After Effects y Audition* o similares).
- Acceso a bancos de imágenes y de músicas y efectos especiales

LOTE 2

- Equipamiento para la captación de sonido en directo.
- Equipos de edición y postproducción de audio y las licencias del *software* necesario (*Suite Adobe con Audition* o similares)

LOTE 3

- Software de ofimática para la edición de contenidos.
- Software de edición de fotografía y video (*Suite Adobe Photoshop, Premiere* o similares).

Acreditación: La posesión de los componentes técnicos se acreditará con certificados o facturas.

Justificación: El criterio responde de forma adecuada al objeto del contrato para asegurar que los licitadores disponen de los componentes técnicos necesarios para la prestación de este tipo de servicios sin llegar a resultar restrictiva la exigencia para los licitadores.



11. JUSTIFICACIÓN DE LOS CRITERIOS EMPLEADOS PARA LA ADJUDICACIÓN DEL CONTRATO Y SU PONDERACIÓN.

11.1 JUSTIFICACIÓN

El artículo 145 de la LCSP establece que la adjudicación de los contratos se realizará preferentemente utilizando una pluralidad de criterios de adjudicación con base en la mejor relación calidad-precio. Esta relación se evaluará con arreglo a criterios económicos y cualitativos

Atendiendo a dicho artículo para la valoración de las proposiciones con el fin de conseguir la mejor oferta calidad-precio y atendiendo a la vinculación con el objeto del contrato se propone la utilización de una pluralidad de criterios de adjudicación:

Criterio 1. Precio. Hasta un máximo de 60 puntos.

La elección de este criterio se justifica en que para valorar la mejor relación calidad-precio, es necesario conocer dicho valor en el análisis global de la oferta.

Criterio 2. Criterios sociales en materia de calidad laboral y fomento del empleo autónomo y el cooperativismo. Hasta un máximo de 20 puntos.

La ley 18/2018, de 13 de julio, prevé en los artículos 12 y 13, la obligación de incluir cláusulas de responsabilidad social y de transparencia en la contratación pública las administraciones de la Comunitat Valenciana.

En este sentido, de acuerdo con el Decreto 118/2022, de 5 de agosto, del Consell, y respetando la ponderación mínima del 20% exigida en su artículo 10, se ha incorporado un criterio de adjudicación en materia de calidad laboral, como es el compromiso de una adecuada formación continua para las personas que ejecutarán el contrato.

Criterio 3. Cláusula de urgencia. Hasta un máximo de 10 puntos.

El adjudicatario se compromete a entregar un 30% de los encargos de producción en un intervalo de tiempo menor a 48 horas, si la empresa adjudicadora, por motivos de urgencia, así lo requiere.

Criterio 4. Juicio de valor. Hasta 10 puntos.

Se valorará la calidad artística y técnica. Es imprescindible que, para se puedan ser evaluados el resto de criterios, las piezas cumplan con el formato, la duración y las características técnicas especificadas en el Manual de Entrega de Materiales, disponible en el site de publicidad de À Punt.

<https://www.apuntmedia.es/publicitat/documents/>

Se excluirán a aquellos licitadores que presenten piezas que no reúnan los requisitos técnicos de emisión y de duración.

Las piezas a presentar por lote serán las que se describen a continuación. Es imprescindibles adjudicar a cada una de ellas la nomenclatura que se especifica en la tabla.

LOTE 1



Cantidad	Tipo	Formato	Nomenclatura
1	Spot de entre 10 y 30 segundos	.mxf	PU040000
1	Microespacio de entre 60 y 90 segundos	.mxf	PU040001
1	Sobreimpresión virtual	.mov	PU040002
1	Sobreimpresión faldón	.tga	PU040003
1	Careta de patrocinio	.mxf	PU040004

LOTE 2

Cantidad	Tipo	Formato	Nomenclatura
1	Cuña publicitaria	.wav	PU040005
1	Locución	.wav	PU040006
1	Microespacio	.wav	PU040007
1	Careta de patrocinio	.wav	PU040008

LOTE 3

Cantidad	Tipo	Formato	Nomenclatura
1	Artículo de Branded Content	.doc	PU040009

Se valorará con un máximo de 10 puntos las piezas presentadas, con la siguiente ponderación:

LOTE 1

SERVICIO	PUNTOS MÁXIMOS	NOTAS
Piezas audiovisuales de Branded content	4	
Spots publicitarios	3	
Caretas de patrocinio de televisión	1	
Sobreimpresiones virtuales	1	
Sobreimpresiones standard/faldón	1	
TOTAL	10	

LOTE 2

SERVICIO	PUNTOS MÁXIMOS	NOTAS
Cuña publicitaria	4	
Locución	3	
Microespacio	2	
Careta de patrocinio	1	
TOTAL	10	

LOTE 3

SERVICIO	PUNTOS MÁXIMOS	NOTAS
Artículo de branded content	10	
TOTAL	10	

Cada pieza se valorará del siguiente modo 70% calidad técnica y 30% calidad artística.

En cuanto a la calidad técnica, se valorará que la pieza cumpla las especificaciones técnicas que se establecen en el Manual de entrega de materiales, disponible en el sitio de Publicidad de la web de À Punt <https://www.apuntmedia.es/publicitat/documents/>. Se excluirán aquellas piezas que no cumplan los requisitos mínimos establecidos en el manual.

En cuanto a la calidad artística, puntuada con un 30%, se valorará la creatividad, la originalidad y la eficacia.

Se adjudicará la máxima puntuación a la oferta que se considere más completa, puntuándose las restantes ofertas comparativamente con esta mejor propuesta, para cada uno de los apartados.

Teniendo en cuenta que, además, el procedimiento de adjudicación que se propone para este contrato es el procedimiento abierto, se establecen las siguientes fórmulas automáticas para los criterios de adjudicación indicados:

CONCEPTO		FÓRMULA A APLICAR	PONDERACIÓN	VALORACIÓN	SOBRE
Criterios evaluables de forma automática			90%	90	1
1	Precio	Se valorará con un máximo de 60 puntos el precio de la licitación del servicio según las condiciones descritas en el PPT. La puntuación se obtendrá aplicando la siguiente fórmula: $P_n = P_{max} \times (1 - [(\%Obaj - \%On) / 100])$	60%	60	1
2	Criterio social en materia de calidad laboral	El compromiso de una adecuada formación continua para las personas que ejecutarán el contrato: Se valorará con 20 puntos en el caso de que la empresa se comprometa a proporcionar formación continua a las personas que ejecutan el contrato, durante todo el periodo de vigencia del mismo.	20%	20	1
3	Criterio de urgencia	El compromiso del adjudicatario de entregar, en caso de necesidad, un máximo del 30% de los encargos en un periodo de tiempo inferior a 48 horas: Se valorará con 10 puntos en el caso de que la empresa se comprometa a entregar un mínimo del 30% de los trabajos en menos de 48 horas, si se requiere por motivos de urgencia.	10%	10	1
Criterios evaluables mediante juicio de valor			10%	10	2
4	Juicio de valor	Se valorará con un máximo de 10 puntos la calidad artística (30%) y técnica (70%) de las piezas presentadas. Se valorará la calidad artística y técnica. Es imprescindible que, para se puedan ser evaluados el resto de criterios, las piezas cumplan con el formato, la duración y las características técnicas especificadas en el Manual de Entrega de Materiales, disponible en el site de publicidad de la web de À Punt https://www.apuntmedia.es/publicitat/documents/	10%	10	2
TOTAL			100%	100	

11.2 PONDERACIÓN DE LOS CRITERIOS EVALUABLES DE FORMA AUTOMÁTICA

La SAMC seleccionará la oferta más ventajosa según los siguientes criterios de adjudicación establecidos para el LOTE 1, el LOTE 2 y el LOTE 3:

LOTE 1, 2 y 3: Criterios evaluables de forma automática

A) Precio, hasta 60 puntos máximo

Se detallan a continuación los criterios de puntuación dependientes de fórmulas matemáticas o aritméticas. La información referente a estos se incluirá únicamente dentro del sobre 1.

Se valorará con un máximo de 60 puntos el precio ofertado por el licitador. La puntuación se obtendrá aplicando la siguiente fórmula:

$$P = P_{\max} \cdot (b_i / b_{\max})$$

Donde:

- P: Puntuación obtenida por la oferta del licitador
- P_{max}: Puntuación máxima en este apartado
- b_i: Baja porcentual de la oferta que se valora
- b_{max}: Porcentaje de baja correspondiente a la oferta más económica

Para calcular el precio ofertado por el licitador se ha ponderado el valor estimado de cada servicio solicitado, repartiendo los puntos proporcionalmente en base a este criterio. Para ello, se solicita cumplimentar la tabla adjunta para cada uno de los lotes, indicando el desglose de tarifas para cada servicio.

$$\%O_n = (\text{Precio licitación} - \text{precio oferta licitador N}) * 100 / \text{Precio licitación}.$$

A la oferta más baja se le asignará el valor máximo de puntos: 60 puntos.

Si el valor de los puntos obtenidos es negativo se le asignará 0 (cero) puntos.

Las ofertas que no presenten baja respecto del precio máximo de licitación recibirán cero puntos.

LOTE 1



ServicioA1:D69	Importe unitario ofertado	Unidades estimadas	Importes
Piezas audiovisuales de Branded content			
* Media jornada de grabación			
* Locución			
* Guionización			
* Edición y postproducción			
* Otros (especificar)			
Total pieza audiovisual de branded content		25	
Importe unitario máximo a ofertar 800€			
Spots publicitarios (sin grabación)			
* Locución			
* Música y efectos			
* Edición y postproducción			
* Otros (especificar)			
Total spot publicitario (sin grabación)		22	
Importe unitario máximo a ofertar 500€			
Spots publicitarios (con grabación)			
* Locución			
* Música y efectos			
* Edición y postproducción			
* Grabación (1/2) jornada			
* Otros (especificar)			
Total spot publicitario (con grabación)		5	
Importe unitario máximo a ofertar 700€			
Careta de patrocinio de televisión básica			
* Locución			
* Música y efectos			
* Edición y postproducción			
* Otros (especificar)			
Total careta de patrocinio de televisión básica		12	
Importe unitario máximo a ofertar 450€			
Edición simple de spot de patrocinio añadiendo únicamente locución de patrocinio			
* Locución			
* Edición y postproducción			
* Otros (especificar)			
Total Edición simple de spot añadiendo únicamente locución de patrocinio		6	
Importe unitario máximo a ofertar 300€			
Ediciones de video			
* Edición y postproducción 3 horas			
* Otros (especificar)			
Total edición de video		5	
Importe unitario máximo a ofertar 200€			
Sobreimpresiones virtuales			
* Edición y postproducción 3 horas			
* Locución			
* Música y efectos			
* Otros (especificar)			
Total Sobreimpresión virtual		3	
Importe unitario máximo a ofertar 350€			
Adaptación para emisión de sobreimpresiones virtuales			
Adaptar a formato correcto y exportar sobreimpresiones virtuales			
Total adaptación sobreimpresión virtual		6	
Importe unitario máximo a ofertar 75€			
Sobreimpresiones standard/faldón			
* Edición y postproducción 3 horas			
* Otros (especificar)			
Total Sobreimpresión standard		11	
Importe unitario máximo a ofertar 100€			
Adaptación para emisión de sobreimpresiones faldón			
Adaptar a formato correcto y exportar sobreimpresiones faldón			
Total adaptación sobreimpresión faldón		20	
Importe unitario máximo a ofertar			
Otros Precio Hora edición			
Precio Hora edición		30	
Importe por hora máximo a ofertar 100€			
Otros Precio Hora grabación			
Precio Hora Grabación		30	
Importe por hora máximo a ofertar 100€			
Total			

LOTE 2

Servicio	Importe unitario ofertado	Unidades estimadas	Importes
Cuñas publicitarias de radio, una voz			
* Locución			
* Música y efectos			
* Edición y postproducción			
* Otros (especificar)			
Total cuña publicitaria de radio, una voz		25	
Importe unitario máximo a ofertar 150€			
Cuñas publicitarias de radio, dos voces			
* Locución			
* Música y efectos			
* Edición y postproducción			
* Otros (especificar)			
Total cuña publicitaria de radio, dos voces		5	
Importe unitario máximo a ofertar 250€			
Locución simple para radio			
* Locución			
* Otros (especificar)			
Total locución simple para radio		8	
Importe unitario máximo a ofertar 100€			
Locución simple para radio con música y efectos			
* Locución			
* Música y efectos			
* Edición y postproducción			
* Otros (especificar)			
Total locución simple para radio con música y efectos	0,00	8	
Importe unitario máximo a ofertar 150€			
Microespacios de radio una voz			
* Locución			
* Música y efectos			
* Edición y postproducción			
* Otros (especificar)			
Total microespacio de radio una voz		5	
Importe unitario máximo a ofertar 250€			
Microespacios de radio dos voces			
* Locución			
* Música y efectos			
* Edición y postproducción			
* Otros (especificar)			
dos voces una voz		2	
Importe unitario máximo a ofertar 325€			
Locución para incorporar a spot televisión			
* Locución			
* Otros (especificar)			
Total locución para incorporar a spot de televisión		5	
Importe unitario máximo a ofertar 200€			
Careta de patrocinio simple de radio			
* Locución			
* Edición y postproducción			
* Otros (especificar)			
Total careta de patrocinio simple de radio		12	
Importe unitario máximo a ofertar 125€			
Total			

LOTE 3

Servicio	Importe unitario ofertado	Unidades estimadas	Importes
Artículo de branded content con foto			
* Redacción artículo			
* Adaptación imagen			
Total artículo de branded content con foto		30	
Importe unitario máximo a ofertar 150€			
Artículo de branded content con video			
* Redacción artículo			
* Adaptación video			
Total artículo de branded content con video		10	
Importe unitario máximo a ofertar 200			
TOTAL			

B) Criterios de carácter social en materia de calidad ambiental, hasta 20 puntos máximo

Se valorará con un máximo de 20 puntos en el caso de que la empresa adjudicataria se comprometa a proporcionar formación continua a las personas que ejecutan el contrato, durante todo el periodo de vigencia del mismo.

NIVEL DE COMPROMISO	PUNTOS
Compromiso de formación continua durante todo el periodo de vigencia del contrato	20 puntos
No compromiso de formación continua durante todo el periodo de vigencia del contrato formación	0 puntos

Las empresas licitadoras que opten a la puntuación por este concepto deberán presentar, en el momento de apertura del Sobre 1, una declaración responsable en la que se comprometan a realizar la medida de carácter social señalada, y donde se comprometan a cumplirla durante la totalidad del contrato.

C) Criterios de urgencia, hasta 10 puntos máximo

Se valorará con un máximo de 10 puntos en el caso de que la empresa adjudicataria se comprometa a entregar un 30% de los encargos de producción en un intervalo de tiempo menor a 48 horas, si la empresa adjudicadora, por motivos de urgencia, así lo requiere.

NIVEL DE COMPROMISO	PUNTOS
Compromiso entrega de hasta un 30% piezas en menos de 48 horas como servicio de urgencia	10 puntos
No compromiso entrega de hasta un 30% piezas en menos de 48 horas como servicio de urgencia	0 puntos

Las empresas licitadoras que opten a la puntuación por este concepto deberán presentar, en el momento de apertura del Sobre 1, una declaración responsable en la que se comprometan a realizar la medida de criterio de urgencia señalado, y donde se comprometan a cumplirla durante la totalidad del contrato.

D) Criterios evaluables mediante juicio de valor, hasta 10 puntos

Se valorará con un máximo de 10 puntos las piezas presentadas, con la siguiente ponderación:

LOTE 1

SERVICIO	PUNTOS MÁXIMOS	NOTAS
Piezas audiovisuales de Branded content	4	
Spots publicitarios	3	
Caretas de patrocinio de televisión	1	
Sobreimpresiones virtuales	1	
Sobreimpresiones standard/faldón	1	
TOTAL	10	

LOTE 2

SERVICIO	PUNTOS MÁXIMOS	NOTAS
Cuña publicitaria	4	
Locución	3	
Microespacio	2	
Careta de patrocinio	1	
TOTAL	10	

LOTE 3

SERVICIO	PUNTOS MÁXIMOS	NOTAS
Artículo de branded content	10	
TOTAL	10	

Cada pieza se valorará del siguiente modo 70% calidad técnica y 30% calidad artística.

En cuanto a la calidad técnica, se valorará que la pieza cumpla las especificaciones técnicas que se establecen en el Manual de entrega de materiales, disponible en el sitio de Publicidad de la web de À Punt (<https://www.apuntmedia.es/publicitat/documents/>). Se excluirán aquellas piezas que no cumplan los requisitos mínimos establecidos en el manual.

En cuanto a la calidad artística, puntuada con un 30%, se valorará la creatividad, la originalidad y la eficacia.

Se adjudicará la máxima puntuación a la oferta que se considere más completa, puntuándose las restantes ofertas comparativamente con esta mejor propuesta, para cada uno de los apartados.

12. JUSTIFICACIÓN DE LA ELECCIÓN DE FÓRMULAS

La puntuación se obtendrá aplicando la siguiente fórmula al precio de licitación ofertado para el LOTE 1, para el LOTE 2 y para el LOTE 3:

$$P_n = P_{m\acute{a}x} \times (1 - [(\%O_{baj} - \%O_n) / 100])$$

Siendo:	P_n :	Puntuación de la oferta del licitador n
	$P_{m\acute{a}x}$:	Puntuación máxima en este apartado (80 puntos)
	$\%O_{baj}$:	Porcentaje baja máxima
	$\%O_n$:	Porcentaje baja licitador n



Donde:

- **Precio de licitación:**
 - **Lote 1: 46.800,00 €**
 - **Lote 2: 11.000,00 €**
 - **Lote 3: 6.500,00 €**

- **%O_{baj}**: Es el porcentaje de baja de la oferta más baja respecto al precio de licitación y se calcula como:
$$\%O_{baj} = (\text{Precio licitación} - \text{precio oferta más baja}) * 100 / \text{Precio licitación}.$$
- **%O_n**: Es el porcentaje de baja de la oferta del licitador n respecto al precio de licitación, y se calcula como:
$$\%O_n = (\text{Precio licitación} - \text{precio oferta licitador N}) * 100 / \text{Precio licitación}.$$

A la oferta más baja se le asignará el valor máximo de puntos: 60 puntos.

Si el valor de los puntos obtenidos es negativo se le asignará 0 (cero) puntos.

Las ofertas que no presenten baja respecto del precio máximo de licitación recibirán cero puntos

Justificación: Esta fórmula es una fórmula proporcional pura que parte del presupuesto de licitación como punto de referencia y que permite asignar la máxima puntuación a la oferta más económica de las admitidas en la licitación. La puntuación atribuida a las distintas ofertas es proporcional a la reducción del presupuesto base de cada una.

13. CONDICIONES ESPECIALES DE EJECUCIÓN DEL CONTRATO.

El artículo 202 de la LCSP impone la obligación de establecer en el pliego de cláusulas administrativas particulares al menos una de las condiciones especiales de ejecución de tipo medioambiental, social o relativas al empleo de entre las que se enumeran en su apartado segundo.

En esta misma línea, el Decreto 118/2022, de 5 de agosto, del Consell, por el que se regula la inclusión de cláusulas de responsabilidad social en la contratación pública y en las convocatorias de ayudas y subvenciones, por el que se desarrolla la Ley 18/2018, de 13 de julio, para el fomento de la responsabilidad social; dispone en su artículo 4 la obligación de incluir, como mínimo, un criterio de adjudicación y una condición especial de ejecución de las previstas en los anexos I y II en aquellos contratos celebrados por la Administración de la Generalitat y su sector público instrumental.

Para este contrato, se considera que la condición especial de ejecución más apropiada, por ser adecuada a la naturaleza de la prestación contratada, es la siguiente:

NÚMERO	CONDICIÓN ESPECIAL DE EJECUCIÓN	ESENCIAL
--------	---------------------------------	----------



1	Promoción lingüística. La empresa adjudicataria, en su ámbito de actuación, y por lo que hace a la ejecución del contrato, adoptará las medidas necesarias para garantizar la oficialidad de las lenguas en la publicidad, imagen, cartelería, materiales, etc. en cualquier soporte, teniendo que utilizar las dos lenguas oficiales de la Comunitat Valenciana. La empresa adjudicataria en sus relaciones con la Administración y con los ciudadanos, escritas y orales, debe garantizar el uso de las dos lenguas oficiales de la Comunitat Valenciana. A efectos de comprobación, la persona responsable del contrato podrá recabar de la entidad adjudicataria la documentación necesaria que acredite el uso de las dos lenguas oficiales en los aspectos señalados.	SI
---	---	----

14. RESPONSABLE DEL CONTRATO, UNIDAD DE SEGUIMIENTO Y RESPONSABLE DEL CUMPLIMIENTO DE CLÁUSULAS SOCIALES

Responsable del contrato: La persona que desempeñe el cargo de Jefe del Servicio Comercial de la SAMC.

Unidad de seguimiento: Dirección Comunicación y Marketing

Atribuciones del responsable del contrato: le corresponderá supervisar su ejecución y adoptar las decisiones y dictar las instrucciones necesarias con el fin de asegurar la correcta realización de la prestación pactada, dentro del ámbito de facultades que se le atribuyan, así como cualesquiera otras establecidas en el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares y en la Normativa de contratación del sector público.

Responsable del cumplimiento de las cláusulas sociales La persona que desempeñe el cargo de Jefe del Servicio Comercial de la SAMC.

Atribuciones del responsable del contrato: Las establecidas en el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares y en la Normativa de contratación del sector público.

15. SUBCONTRATACIÓN

No se podrá realizar subcontratación alguna sin la autorización previa de la SAMC. En el caso de que el adjudicatario, previa autorización de la SAMC, concierte con terceros la realización parcial del contrato, deberá someterse al régimen establecido en el artículo 215 de la L.C.S.P. No obstante, el subcontratista quedará obligado sólo ante el contratista principal que asumirá, por tanto, la total responsabilidad de la ejecución del contrato frente a SAMC, reputándose como único contratista a todos los efectos de las obligaciones dimanantes del contrato al adjudicatario.

16. ADSCRIPCIÓN DE MEDIOS PERSONALES

La empresa adjudicataria deberá de adscribir a la ejecución del contrato los medios personales y materiales suficientes y adecuados para la correcta ejecución del mismo.



17. EXISTENCIA DE PRESUPUESTO SUFICIENTE

Se tramita a costa del informe del Departamento Económico y de Contratación que indique la disponibilidad de presupuesto adecuado y suficiente para la contratación.

Presupuesto de la entidad	Societat Anònima de Mitjans de Comunicació (SAMC)
Expediente	CNMY24-SAMC-04
A cargo del presupuesto	627PU2-SERVICIOS TÉCNICOS Y DE PRODUCCIÓN
Anualidades	2024 y 2025
Centro presupuestario	281- SERVEI DE PUBLICITAT
Tipo de contrato	Servicios
Concepto presupuestario	PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL PUBLICITARIA
Solicitud de gasto (código)	24000283
Importe total Solicitud de gasto:	TOTAL 64.300,00 € (IVA no incluido) 77.803,00€ (incluido IVA) 2024 - 38.580,00 € (IVA no incluido) 46.681,00 € (incluido IVA) 2025 - 25.720 € (IVA no incluido) 31.121,20 € (incluido IVA)

En Burjassot, julio de 2024

Firmado: Benjamín Marín Pérez

Direcció de Comunicació, Publicitat i Màrqueting