

**PLIEGO PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS  
PARA LA CONTRATACIÓN DE UNA AGENCIA DE MEDIOS PARA GESTIONAR LA  
PLANIFICACIÓN DE ANUNCIOS Y CAMPAÑAS PUBLICITARIAS, ASÍ COMO LA  
COMPRA DE ESPACIOS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN, PARA LLEVAR A CABO  
CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL DEL AYUNTAMIENTO DE XÀBIA**

## **1.- Objeto**

El objeto del contrato es el de la contratación de una agencia de medios para gestionar la planificación de anuncios y campañas publicitarias, así como la compra de espacios en medios de comunicación, para llevar a cabo campañas de publicidad institucional del Ayuntamiento;

## **2.- Descripción y características del servicio**

El Contratista se encargará de:

2.1 Compra de espacios en cualquiera de los medios de comunicación en general; es decir, de todas las tareas necesarias para la contratación de espacios dentro del ámbito objetivo del contrato.

Los medios de comunicación comprendidos en este contrato son los siguientes:

- A) Prensa escrita
- B) Radio
- C) Revistas, semanarios y suplementos especiales
- D) Prensa digital y blogs
- E) Televisión
- F) Redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Tik Tok) y otros soportes digitales

El presente pliego incluye en su anexo 1 la relación de medios de comunicación sobre los que se va a realizar la compra de espacios, clasificación en función de su ámbito de actuación. No obstante, en el caso de las Redes Sociales y otros Soportes Digitales, dado las características propias de estos medios, se estará a lo marcado por el proveedor.

En caso de inexistencia de tarifas de referencia, el contratista deberá aportar al inicio de la ejecución del contrato las tarifas sobre las que se pretende contratar para su aprobación. En ningún caso se admitirán tarifas que no sean las de carácter general ni recargos especiales sobre las mismas con motivo de la publicidad institucional.

En el caso de otros medios que no aparezcan en el anexo 1, y se quiera incluir en las campañas, se facilitará por parte del medio, con carácter previo a su contratación, las tarifas generales para su aprobación. En ningún caso se admitirán tarifas que no sean las de carácter general ni recargos especiales sobre las mismas con motivo de la publicidad institucional.



2.2. Adaptación de los anuncios a las distintas medidas y características de los medios de comunicación. En el caso particular de cuñas de radio o spots televisivos, la agencia se encargará de que se materialice el anuncio, bajo los textos o directrices aportadas por el Ayuntamiento.

2.3 Planificación de medios de las campañas de publicidad institucional. El contratista elaborará los planes de medios, previa petición del Gabinete de Prensa del Ayuntamiento de Xàbia, en un plazo máximo de 3 días naturales. Dicha petición irá acompañada de las necesidades comunicativas de la misma, es decir:

- Objeto de la campaña y plazo de ejecución de la actividad publicitaria
- Público objetivo y, en su caso, ámbito geográfico de la campaña
- Creatividades

Los planes de medios propuestos por el contratista se realizarán bajo criterios de implantación social y difusión de los medios informativos propuestos para la mejor difusión del mensaje, debiendo contemplar los siguientes extremos:

- Elección de soportes y espacios publicitarios a comprar y/o cantidad de inserciones a realizar
- Justificación de los soportes elegidos de acuerdo con parámetros cuantitativos y cualitativos
- Desglose de los costes correspondientes a los medios y soportes elegidos en función de las tarifas aprobadas. El Ayuntamiento facilitará el formato de suministro de esta información al efecto.

Los planes de medios deberán contar con la aprobación del Gabinete de Prensa del Ayuntamiento de Xàbia, que podrá hacer las salvedades que considere pertinentes antes de su aprobación.

En caso de que, por motivos ajenos a la empresa, las inserciones previstas en el plan de medios no se pudiesen realizar, el contratista tendrá que exponer los motivos al Ayuntamiento, proponiendo solución alternativa para su aprobación por el Gabinete de Prensa y que, en ningún caso, supondrá un perjuicio económico para el Ayuntamiento.

Las inserciones no comunicadas y aprobadas previamente por escrito – o las que se hayan pedido por parte de cualquier departamento diferente del Gabinete de Prensa – no serán abonadas por el Ayuntamiento.

El contratista se compromete a, una vez recibido el pago por parte del Ayuntamiento, abonarlo a la empresa o plataforma de comunicación en un máximo de cinco días hábiles.

2.4 Seguimiento de la difusión de publicidad. El contratista deberá facilitar informes comprensivos de gestión publicitaria en cualquier momento de la distribución y análisis de inversión por medio, soporte y periodos de tiempo, así como el número de inserciones por medio y soporte.

El contratista contratará con su propio nombre con los medios y será responsable exclusivo del pago frente a ellos.

El contratista designará a una persona responsable de la coordinación con el Ayuntamiento, que centralice las peticiones y comunicaciones de servicios solicitados, así como el seguimiento de posibles incidencias.



Por su parte, el Ayuntamiento nombrará una persona responsable que coordinará y supervisará con el contratista todas las acciones objeto del contrato. Dicha persona podrá convocar al responsable designado por el contratista para la coordinación de aspectos operativos del contrato en cualquier momento.

### **3.- Condiciones del servicio**

#### **3.1. Condiciones generales**

En general y salvo lo expresamente dispuesto en este Pliego, se incluye en el precio todos los gastos necesarios para la completa realización del servicio contratado: trámites preparatorios, materiales e instalaciones, seguros de todo tipo, y las demás cargas y obligaciones de cualquier índole correspondientes al contratista, todas las cuales asume desde el momento de la formalización del Contrato, además de cualquiera otras nacidas del contrato o de la participación en la licitación.

- Corresponde al contratista la obtención de todas las autorizaciones y licencias, tanto oficiales como particulares, que le requiera la realización de la prestación.
- El contratista será responsable de la calidad técnica de los trabajos que desarrolle y de las prestaciones y servicios realizados, así como de las consecuencias que se deduzcan para El Ayuntamiento o para terceros de omisiones, errores, métodos inadecuados o conclusiones incorrectas en la ejecución del Contrato.
- El contratista deberá prestar, sin derecho a pago suplementario, los servicios que estime necesarios para el correcto desarrollo y cumplimiento del Contrato, tales como asistencia a reuniones de trabajo, informativas, etc.

#### **3.2 Obligaciones del Contratista**

La inserción de anuncios y adquisición de espacios en cualquier medio de difusión seguirá las directrices establecidas por el Gabinete de Prensa del Ayuntamiento y cumplirán con los estándares de la institución en materia de comunicación y de identidad corporativa.

- El contratista recibirá un original en un formato adecuado para cada medio, debiendo éste realizar las copias o adaptaciones precisas para la distribución a todos los soportes que se indique. El contratista llevará a cabo la realización de anuncios y cuñas audiovisuales para cuya confección el Ayuntamiento facilitará los contenidos. Todos estos servicios estarán incluidos en los precios ofertados para cada Categoría de Medios y Soporte.
- Los trabajos se desarrollarán de acuerdo con las instrucciones del Ayuntamiento a través del Responsable del Contrato designado al efecto, previa revisión y aprobación del contenido de las inserciones.
- El contratista deberá indicar el nombre de la persona Responsable del mismo ante el Ayuntamiento en todo lo concerniente al servicio. Dicha persona tendrá el poder suficiente para tomar en nombre de la contratista las decisiones oportunas, siendo la interlocutora válida para todos los asuntos relativos al contrato.

La empresa responsable, así como el interlocutor que ésta designe como encargada del contrato con el Ayuntamiento funcionará en régimen de plena disponibilidad, debiendo por tanto cubrir las necesidades contratadas fuera del horario laboral normal, incluso los días



festivos y fines de semana.

- El contratista facilitará toda la información necesaria para el adecuado cumplimiento del contrato, incluyendo tarifas, audiencias y perfil, y difusión de los medios.

- Formarán parte también de las obligaciones del contratista la prestación de los servicios de análisis de datos y seguimiento de las diferentes acciones de comunicación digital, que incluirán:

- Análisis y evaluación de la efectividad de los contenidos de la comunicación digital, en todos sus canales y formatos.

- Análisis de la audiencia en todos los canales de comunicación digital que sean utilizados para la prestación de los servicios.

- Seguimiento, análisis y evaluación de los indicadores clave que permitan evaluar toda la estrategia desarrollada por el licitador.

- A la finalización de cada campaña, junto con la facturación correspondiente, el contratista deberá entregar al Ayuntamiento un informe con la relación de las acciones llevadas cabo: características, medios y soportes utilizados, número de inserciones, y fechas de publicación, así como desglose de precios por cada acción, que deberá coincidir con las acciones y presupuesto previamente elaborados por el Ayuntamiento.

#### **4.- Presupuesto.**

Se establece un presupuesto de 72600 euros anuales (IVA incluido) desglosado de la siguiente manera:

Base Imponible: 60.000 euros

Iva (21%): 12.600 euros

#### **5.- Solvencia económica y financiera**

1. La empresa adjudicataria acreditará su solvencia económica y financiera mediante una declaración al volumen anual de negocios del licitador en el ámbito al que se refiere el contrato, que referido al año de mayor volumen de negocio de los tres últimos concluidos, deberá ser al menos una vez y media el valor anual medio del contrato.

Se acreditará mediante las cuentas anuales aprobadas y depositadas en el Registro Mercantil, o en el registro oficial en que deba estar inscrito el empresario y declaración del empresario indicando el volumen de negocios global de la empresa.

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, y si no tuvieran obligación, mediante las declaraciones tributarias anuales de IVA o Impuesto sobre Sociedades.



## 6.- Solvencia técnica

1. La empresa adjudicataria acreditará su solvencia técnica o profesional mediante una relación de los principales servicios o trabajos de igual o similar naturaleza que los que constituyen el objeto del contrato, en el curso de los tres últimos años, en la que se indique el importe, la fecha 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, mediante un certificado expedido por éste o, a falta de este certificado, mediante una declaración del empresario acompañada de los documentos obrantes en poder del mismo que acrediten la realización de la prestación. El requisito mínimo será que el importe anual acumulado en el año de mayor ejecución sea igual o superior al 70% de la anualidad media del contrato (42.000 euros).

Para determinar que un trabajo o servicio es de igual o similar naturaleza al que constituye el objeto del contrato se atenderá al grupo y subgrupo de clasificación, o a los tres primeros dígitos de los respectivos códigos de la CPV.

## 7.- Precio e imputación del gasto

- La empresa adjudicataria cederá en cada una de las facturas al Ayuntamiento el porcentaje de descuento ofertado –incluido el rappel del sector o cualquier otra ventaja comercial obtenida- y percibirá en concepto de contraprestación por sus servicios una comisión de agencia consistente en un porcentaje sobre la facturación neta de los servicios –es decir, sobre el importe resultante tras la práctica del descuento referido a los precios de tarifa de los diferentes soportes publicitarios- que no podrá exceder de un 10 por ciento
- A todos los efectos se entiende que en el importe de la oferta incluidos todos los gastos que la adjudicataria deba realizar para el cumplimiento de las prestaciones contratadas, sin que otros gastos puedan ser repercutidos como partidas independientes.

## 8.- Forma de pago.

La facturación se realizará mensualmente por el importe los servicios prestados dentro del mes anterior.

La contratista expedirá las facturas a cargo del Ayuntamiento de Xàbia y acompañará un informe de las acciones realizadas con el siguiente desglose:



- En televisión y radio: certificado de emisión del medio
- En prensa escrita, revistas y suplementos: aquellas páginas en las que se haya insertado la publicidad, siempre y cuando en la misma aparezca el medio y la fecha. En caso contrario, se deberá aportar un ejemplar íntegro del mismo.
- En prensa y publicaciones digitales: certificado del medio y captura de pantalla del anuncio
- En redes sociales: pantallazo del informe final de la plataforma

## 9. Criterios de adjudicación.

### 9.1.- Oferta económica.

- A. **Hasta un máximo de 20 puntos porcentaje de descuento medios.** Cada empresa licitadora indicará en su oferta económica: Porcentajes de descuento ofrecidos sobre las tarifas generales sin IVA de las empresas que aparecen en el ANEXO 1 para los medios establecidas en el presente pliego, con excepción de las redes sociales y soportes digitales análogos.

Se deberá aportar el acuerdo con las empresas del ANEXO 1 respecto al porcentaje de descuento.

En todo caso, el descuento presentado representará 20 puntos de la puntuación total.

Se asignará 20 puntos a la oferta que presente el porcentaje de descuento más alto sobre cada uno de los medios que aparecen del Anexo 1, aplicándose al resto la siguiente fórmula:

$$PEi = (Oi \times 20) / Ob$$

Donde:

Oi = Oferta económica objeto de puntuación "i".

Ob = Oferta más económica.

PEi = Puntuación criterio económico de la oferta "i"

- B. **Mayor porcentaje de reducción de la comisión de agencia. 60 puntos.**

Aquella agencia que presente un mayor descuento en la comisión de agencia, que es un máximo del 10% tal y como se especifica en la cláusula 7, recibirá la máxima puntuación en este punto, aplicándose al resto la siguiente fórmula:

$$PEi = (Oi \times 60) / Ob$$

Donde:

Oi = Oferta económica objeto de puntuación "i".

Ob = Oferta más económica.

PEi = Puntuación criterio económico de la oferta "i"

- C. **Mejor precio en la publicación de los edictos oficiales. 10 puntos. Las agencias solicitarán a los medios impresos sus ofertas para la publicación de edictos oficiales. De tal forma que aquellos que presenten mejor oferta recibirán la máxima puntuación:**

- Hasta 5 módulos: 250 euros (precio sin iva)
- Más de 5 módulos: 450 euros (precio sin iva)

Para la valoración de las propuestas se aplicará la fórmula siguiente:

$$PEi = (Oi \times 10) / Ob$$



Donde:

Oi = Oferta económica objeto de puntuación "i".

Ob = Oferta más económica.

PEi = Puntuación criterio económico de la oferta "i"

## 9.2- Presentación de dos propuestas de campañas. 10 puntos.

- (i) Campaña de publicidad A: Campaña de difusión de los festivales de música que organiza el Ayuntamiento de Xàbia durante el año: Xàbia Jazz / Xàbia Folk / Música Estiu / Xàbia Blues
  1. Objetivo: incentivar la asistencia del público de diferentes puntos de la comarca, Comunitat y territorio nacional a los festivales
  2. Difusión: ámbito local-autonómico-nacional
  3. Presupuesto máximo: 6.000 euros / año
  4. Soportes y formatos: a propuesta de la empresa
  
- (ii) Campaña de publicidad B: Concienciar a los residentes extranjeros de la importancia de empadronarse en el municipio para optar a las ventajas que ello ofrece.
  1. Difusión: ámbito local
  2. Presupuesto máximo: 6.000 euros/ año
  3. Soportes y formatos: a propuesta de la empresa

Se asignará un máximo de 5 puntos a cada una de las campañas atendiendo a criterios como el análisis técnico que justifique la estrategia, originalidad de la campaña y coste máximo de inversión.

## 10.- Duración del contrato

El contrato tendrá una duración de 2 años desde el día siguiente a su formalización.

El contrato podrá prorrogarse por un periodo de dos años más.



## **ANEXO I: DESCUENTO OFRECIDO SOBRE TARIFAS OFICIALES**

### PRENSA ESCRITA Y REVISTAS

Levante-EMV  
Diario Información  
Las Provincias

Aquí Medios Xàbia  
Canfali Marina Alta

### PRENSA DIGITAL NATIVA

Javea.com  
Xàbia al Día  
Alicante Plaza / Valencia Plaza  
Diario de Alicante  
Es Diario

### RADIOS

Dénia FM / Litoral FM  
Montgoradio.com

### TV

8 Mediterráneo  
A Punt

### PRENSA EXTRANJERA

Costa Blanca News /Costa Blanca Nachrichten  
The Olive Press  
Bay Radio  
Euroweekly  
Wochen Post

En Xàbia, a fecha al margen  
DOCUMENTO FIRMADO ELECTRONICAMENTE

