

AÑO: 2024
DEPARTAMENTO: COMUNICACIÓN Y MARKETING
ACCIÓN: 10949
NÚMERO DE EXPEDIENTE CONTRATACIÓN: 23/2024

A la vista de lo dispuesto expresamente en el artículo 28 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público (LCSP), en relación con el artículo 73 del Real Decreto 1098/2001, de 12 de octubre, por el que se aprueba el Reglamento de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas, se expide la presente,

MEMORIA JUSTIFICATIVA

DE LA CELEBRACIÓN DE UN CONTRATO DE SERVICIOS CONSISTENTE EN LA CONTRATACIÓN DE UNA AGENCIA DE COMUNICACIÓN PARA LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN MEDIOS INSULARES Y REGIONALES DE LAS NOVEDADES DEL DESTINO Y DE LA IMPORTANCIA DEL TURISMO PARA TENERIFE

I. NATURALEZA DEL ÓRGANO DE CONTRATACIÓN Y RELACIÓN DEL CONTRATO CON SUS FINES INSTITUCIONALES

La entidad **SPET, TURISMO DE TENERIFE, S.A.** (en adelante, "**TURISMO DE TENERIFE**") se configura como una sociedad mercantil anónima, cuyo capital pertenece mayoritariamente al Cabildo Insular de Tenerife. En consecuencia, TURISMO DE TENERIFE está integrada en el sector público, con el carácter de poder adjudicador que no ostenta la condición de Administración Pública, y sometida a la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se transponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014 (en adelante, "**LCSP**") con el alcance que la propia ley determina.

La entidad tiene como objeto social la promoción, desarrollo y potenciación de las actividades económicas especialmente de la actividad turística, de la isla de Tenerife.

Uno de los objetivos estratégicos de Turismo de Tenerife, tal y como se recoge en su Estrategia Turística 2017-2020/2030 en su eje 10, que lleva por título "Estrategia en el ámbito de la sociedad y el empleo", consiste en sensibilizar a la población local acerca de la importancia de la actividad turística para la economía y el desarrollo de la Isla. En concreto, en el apartado 10_02_04 señala, entre otros objetivos, para la consecución de ese fin, la necesidad de "difundir la actividad turística en canales de comunicación como periódicos, radios, blogs y redes sociales".

Asimismo, dentro de su eje 5, que lleva por título "Estrategia de posicionamiento, comunicación y promoción", su epígrafe 05_01_03, detalla la necesidad de "adaptar la

estrategia de comunicación a las características de diferentes públicos o segmentos objetivos identificados en la estrategia de marketing, identificando los canales y soportes más idóneos para llegar a cada uno de ellos". Ahondando en esa línea, el epígrafe 05_02_02, bajo el título "Programas en canales de promoción", se refiere a la diferenciación y especialización de los contenidos promocionales según productos y mercados estratégicos, además de al fomento del conocimiento del destino.

La actuación descrita se enmarca directamente dentro de los fines institucionales del Órgano de Contratación, de forma que resulta claro que la mencionada finalidad se ajusta plenamente con lo establecido en el artículo 28 de la LCSP, que determina que las entidades del sector público no podrán celebrar otros contratos que aquellos que sean necesarios para el cumplimiento y realización de sus fines institucionales.

Por lo expuesto y al amparo de lo establecido en los artículos 116 y siguientes de la LCSP, procede justificar adecuadamente en el Expediente de contratación los apartados descritos a continuación.

II. NECESIDADES, IDONEIDAD Y EFICIENCIA DEL CONTRATO

Necesidad: A los efectos exigidos en el artículo 28 de la LCSP, con la presente contratación se pretende dotar a TURISMO DE TENERIFE de las herramientas necesarias para poder realizar las acciones promocionales a través de una agencia especializada en medios de difusión de acuerdo con la estrategia turística diseñada para el destino de la isla de Tenerife.

Al amparo de lo dispuesto en el artículo 116.4.e) de la LCSP, se procede a justificar adecuadamente la necesidad de la Administración a la que se pretende dar satisfacción mediante la contratación de las prestaciones correspondientes; y su relación con el objeto del Contrato, la cual es directa, clara y proporcional, según lo expuesto a continuación:

Como consecuencia de la Estrategia de TURISMO DE TENERIFE y del Plan de Acción del ejercicio, surge la necesidad de contar con la contratación de una agencia de comunicación que permita ejecutar y desplegar un Plan de Comunicación en medios de comunicación generalistas y/o especializados en turismo locales y regionales, lo que incluye televisión, radio, periódicos en papel y online, medios nativos digitales, etc. También se incluyen soportes publicitarios como pueden ser vallas, mupis, vehículos de transporte público, pantallas en espacios públicos, etc.

La naturaleza del presente contrato tiene por objeto la contratación por parte del órgano de contratación, de las labores de una agencia de comunicación con los fines antes descritos mediante la publicación de informaciones sobre el sector y sobre TURISMO DE TENERIFE y el Cabildo Insular de Tenerife en el que se dé a conocer la actividad turística con el objetivo de contribuir a la sensibilización de la población local, así como de que los profesionales de la industria conozcan las novedades y los atributos turísticos de la Isla.

Todo ello, tal y como define la LCSP, en conexión con el objetivo de estabilidad presupuestaria y control del gasto, una eficiente utilización de los fondos destinados a la prestación de servicios mediante la exigencia de la definición previa de las necesidades a satisfacer, la salvaguarda de la libre competencia y la selección de la oferta económicamente más ventajosa.

Se trata, por tanto, de utilizar los recursos de TURISMO DE TENERIFE de acuerdo con los principios de eficacia y eficiencia, por lo que se considera conveniente que por una empresa profesionalmente capacitada se realicen los servicios antes indicados.

Idoneidad: La contratación es idónea para los intereses de TURISMO DE TENERIFE toda vez que no dispone de medios materiales y personales suficientes para llevar a cabo las prestaciones proyectadas, ya que se trata de servicios que, en la actualidad, no se prestan dentro de programas o servicios ordinarios y permanentes de la Administración, por lo que no pueden ser desempeñados con los medios propios de TURISMO DE TENERIFE.

La finalidad del presente contrato tiene por objeto la contratación de las labores de una agencia de comunicación con los fines de ejecutar y desplegar un Plan de Comunicación en medios de comunicación en medios insulares y regionales, tanto online como offline, así como en soportes publicitarios, con el objetivo de contribuir a la sensibilización de la población local.

III. TRAMITACIÓN

El procedimiento de licitación elegido y que se considera más adecuado es el procedimiento abierto sujeto a regulación armonizada por razón de la cuantía, de acuerdo con el artículo 156 y siguientes de la LCSP.

Mediante este procedimiento se busca que un mayor número de entidades concurren a la licitación, favoreciendo la competencia con el fin de garantizar la adecuada prestación de los servicios que constituyen el objeto del contrato.

- Procedimiento: **Abierto sujeto a regulación armonizada.**
- **Tramitación: Ordinaria**
- Criterios de adjudicación: **Pluralidad de criterios**

IV. TIPO DE CONTRATO Y OBJETO

El contrato definido tiene la calificación de contrato privado de servicios, tal y como establecen los artículos 17 y 26 de la LCSP.

El objeto del contrato consiste en: La contratación de los servicios de una Agencia de Comunicación que permita la ejecución de un Plan de Comunicación que incluya a medios locales y regionales del ámbito de la Comunidad Autónoma de Canarias, offline y online.

CPV: 79341400-0 Servicios de campañas de publicidad

V. LOTES

No división en lotes:

En cumplimiento de lo dispuesto por el artículo 99 de la LCSP, no procede la división en lotes del objeto contractual por cuanto que, atendiendo al objeto del contrato, constituye una unidad funcional única, dado que su correcta ejecución requiere de una adecuada combinación de distintos elementos para su óptimo resultado, no pudiendo fraccionar la planificación, gestión y organización de la campaña sin que se altere las condiciones inherentes de la misma.

El objeto del contrato se delimita a una prestación única e integradora, reuniendo, al efecto, las características por las que concurren las circunstancias en las que se entiende que existe una unidad funcional, por la que no puede dividirse el contrato en lotes sin que sufra menoscabo o detrimento la consecución del fin público perseguido.

La prestación se orienta a la consecución de una misma finalidad y, por tanto, debe dar lugar a una sola respuesta contractual a fin de evitar situaciones en las que se generen problemas de funcionalidad y operatividad en aras a la prestación del servicio.

Teniendo en cuenta que el objeto del contrato, se precisa una identidad funcional que implica la no división en lotes para garantizar la buena ejecución del contrato, lo que requiere una misma empresa que asista a TURISMO DE TENERIFE a nivel de comunicación. Todos estos servicios forman parte de una misma estrategia y no se pueden contratar de manera separada.

Por tanto, al amparo de los artículos 99.3 b) y 116.4.g) de la LCSP, no procede la división en lotes debido a las dificultades que ocasionaría a la correcta ejecución del contrato desde el punto de vista técnico la ejecución del mismo por una pluralidad de contratistas diferentes.

VI. OBLIGACIONES DEL CONTRATO

El contrato se ejecutará con estricta sujeción a las estipulaciones contenidas en esta cláusula, a la propuesta técnica presentada por el contratista, así como a las instrucciones que, en su caso, diere el responsable del contrato.

Los trabajos realizados, en cualquiera de sus fases, serán propiedad de TURISMO DE TENERIFE por lo que se podrá solicitar al contratista en cualquier momento las entregas de

parte de las prestaciones, siempre que sea compatible con el programa de trabajo o planificación de actividades y no afecte al correcto desarrollo de estas.

OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA

El contratista quedará obligado a ejecutar y entregar a TURISMO DE TENERIFE los servicios contratados en los plazos previstos, y se obliga a la realización de los siguientes trabajos, directamente vinculados con el objeto del contrato:

1º La Agencia será la encargada de seleccionar y contratar, por su riesgo y ventura, a los medios de comunicación en los que TURISMO DE TENERIFE tendrá espacio para la difusión de informaciones y promociones relacionadas con el turismo en la Isla en medios locales y regionales, ya sean de carácter profesional, generalistas o especializados en turismo y viajes para el potencial turista.

2º Asimismo, serán obligaciones del contratista directamente vinculadas con el objeto del contrato:

1.- Proponer, en conjunción, y bajo la dirección y coordinación con Turismo de Tenerife, y ejecutar, el Plan de Medios de Comunicación y soportes publicitarios que para cada campaña o acción en medios sea requerido, en los que se tendrán en cuenta los principios de igualdad y no discriminación, ofertado a Turismo de Tenerife, que podrá incluir medios online y offline.

2.- Tramitar las propuestas que los medios de comunicación hagan llegar a Turismo de Tenerife, y a su vez, TURISMO DE TENERIFE al adjudicatario, conforme al importe y contraprestaciones acordado por Turismo de Tenerife. En ningún caso, la propuesta que traslade TURISMO DE TENERIFE al adjudicatario, y que será remitida de nuevo por este a TURISMO DE TENERIFE para su conformidad final, podrá ser objeto ni de incremento de precio, ni de disminución de las contraprestaciones contenidas en la misma, salvo aprobación expresa por parte de TURISMO DE TENERIFE.

Únicamente podrá sumarse el importe de los honorarios de la agencia correspondiente para cada acción y, en su caso, de los impuestos aplicables y descuentos posibles frente a tarifas oficiales, descuento que tendrá carácter vinculante a efectos de la presente obligación del contrato respecto al criterio objetivo nº 2.

3.- Ofrecer alternativas en los distintos medios intervinientes en la campaña si se modificaran las necesidades de TURISMO DE TENERIFE a lo largo del ejercicio.

4.- Informar con carácter mensual de la ejecución efectiva de los acuerdos, con presentación de justificaciones, reportes, etc., de las publicaciones, banners,

cuñas, etc., contratadas, así como una evaluación a final de año del grado de satisfacción de cada uno de los acuerdos con cada medio.

5.- Realizar recomendaciones o proponer cambios en la ejecución del Plan que beneficien la estrategia comunicativa de Turismo de Tenerife, que se someterán al visto bueno de la entidad.

6.- La ejecución de las campañas en medios de comunicación deberá atender a los criterios de audiencias, tiradas, oyentes, ámbito geográfico, o demás criterios evaluables acordes a las necesidades de Turismo de Tenerife.

7.- El adjudicatario deberá buscar la más adecuada difusión de las campañas tanto en soporte papel como online, así como en radios y televisiones mediante cuñas, faldones, banners, espacios dedicados a tratar sobre el turismo, etc, de acuerdo a las instrucciones y necesidades establecidas por Turismo de Tenerife. Igualmente, deberán presentar propuestas de publicidad en soportes publicitarios tales como vallas, mupies, vehículos de transporte público, pantallas en espacios públicos, etc.

8.- Las propuestas de Plan de Comunicación deberán incluir propuesta de presencia en los principales medios insulares (y en su caso regionales), en los que se contará con faldones y espacios redaccionales, así como en las versiones online de los mismos y en sus redes sociales.

Además, el contratista se obliga durante la ejecución del contrato a ofrecer a TURISMO DE TENERIFE propuestas relativas a las principales radios, en cuanto a número de oyentes en la Isla (puede tratarse de radios con implantación exclusiva en Tenerife o que también tengan en el resto de islas), sin perjuicio de que puedan incluirse propuestas de otras emisoras con implantación geográfica más limitada dentro de Tenerife pero que por el perfil de sus oyentes sean consideradas como adecuadas para los fines del Plan. En sus propuestas deberán incluirse tanto cuñas como espacios de entrevistas.

9.- Del mismo modo, el Plan deberá contar con propuestas de programas específicos dentro de la programación de radios o de televisiones, diarios y revistas (en papel y en digital), etc., de ámbito local, regional o nacional en los que TURISMO DE TENERIFE considere adecuado contar con presencia. Igualmente, se proporcionarán propuestas del Plan en espacios en medios exclusivamente digitales.

10.- En cualquier caso, todas las acciones propuestas de los licitadores han de estar alineadas con los objetivos y estrategia de TURISMO DE TENERIFE.

11.- El adjudicatario se encargará de asumir la contratación de las campañas de publicidad directamente con los medios de comunicación de acuerdo con el Plan de Medios aprobado, lo que implica el contacto para la contratación de las mismas, el envío o del material necesario, la solicitud de las correspondientes justificaciones, así como el abono de las correspondientes facturas.

12.- El adjudicatario mantendrá reuniones semanales para la valoración de las propuestas de comunicación y su seguimiento en la sede de TURISMO DE TENERIFE, o en su caso, si así lo estimase TURISMO DE TENERIFE, por videollamada. Estas reuniones se mantendrán en idioma español.

13.- Plazo mínimo para el tratamiento de anuncios urgentes, el adjudicatario estará obligado a dicho tratamiento en el plazo máximo de 24 horas, sin perjuicio, del plazo ofrecido en su oferta presentada de acuerdo con lo previsto en el criterio objetivo número 3, oferta que tendrá carácter vinculante a efectos de la presente obligación del contrato.

La calificación de anuncio urgente vendrá determinada por el responsable del contrato de TURISMO DE TENERIFE una vez aprobada la acción correspondiente, por tanto, el plazo máximo de 24 horas se computará desde el momento de la aprobación de la acción con la correspondiente calificación de urgencia.

En caso de ausencia de presentación o imposibilidad de puntuación sobre el criterio número 3 respecto a la oferta del adjudicatario, el plazo mínimo de tratamiento para anuncios urgentes será el previsto en la presente cláusula.

14.- Solicitar a TURISMO DE TENERIFE los materiales promocionales, tales como faldones, cuñas, spots, banners, etc., para cada campaña en los medios de comunicación, con la antelación suficiente, que en todo caso no podrá ser inferior a cinco días.

15.- La gestión y ejecución efectiva de las campañas de comunicación en los medios y de las obligaciones inherentes a la misma, deberá contar en todo caso con autorización expresa del responsable del contrato de Turismo de Tenerife.

En cualquier caso, la aprobación de la planificación y ejecución de las acciones respecto al Plan de Medios y Comunicación establecidas para la presente contratación, así como de cualquier otra derivada de la ejecución del contrato, precisará de autorización previa y expresa del Responsable del Contrato de TURISMO DE TENERIFE, responsable que además podrá trasladar a la agencia aquellas propuestas de medios de comunicación que le lleguen directamente.

16.- La empresa contratista deberá hacer entrega al final de cada mes, de un informe mensual de justificación respecto a los trabajos y/o acciones, ejecutadas mensualmente.

-Dichos informes, además, recogerán el cumplimiento demostrable de los trabajos ejecutados.

-El informe mensual es obligatorio para su presentación mensual de seguimiento de las campañas en marcha, del importe del contrato consumido y restante.

17.- Memoria Justificativa. A la culminación de cada anualidad prorrogable prevista en la presente contratación, se deberá entregar a TURISMO DE TENERIFE una memoria justificativa que acredite la ejecución total de los servicios contratados respecto a dicha anualidad prorrogable.

La presentación de los informes y memorias en los términos señalados anteriormente será imprescindible para su efectiva valoración por el Responsable del Contrato de TURISMO DE TENERIFE. Asimismo, la aprobación favorable de aquéllos/as por el Responsable del Contrato será condición necesaria previa para la expedición y remisión de factura por el contratista de acuerdo con las condiciones de pago previstas en la presente contratación.

18.- El adjudicatario deberá poner a disposición de TURISMO DE TENERIFE los medios materiales y recursos humanos necesarios para llevar a cabo la ejecución del servicio, con personal profesional, cualificado y con experiencia suficiente para atender a la correcta y normal desarrollo del mismo, todo ello de acuerdo con la propuesta adjudicada. En concreto, la exigencia de la adscripción obligatoria mínima de medios personales se justifica por su directa relación con el objeto del contrato y en atención a la complejidad del mismo, entendiéndose que el turismo es la principal industria de la isla y por tanto su promoción es de suma importancia siendo imprescindible la disposición de los mismos para que sea posible la ejecución material del servicio licitado, así como para que el contratista pueda hacer frente a las obligaciones que derivarán de la formalización del contrato de referencia; estimándose, bajo criterio técnico, que dichas exigencias son proporcionales y adecuadas a las características del contrato.

La ausencia, limitación o insuficiencia de estos recursos humanos y materiales, o la omisión de instrucciones a este respecto por parte de TURISMO DE TENERIFE, conforme a lo expresado anteriormente, podrá ser causa de resolución del contrato.

Medios Materiales

El adjudicatario deberá tener las instalaciones, infraestructuras y medios técnicos que sean necesarios para desarrollar el objeto del contrato, y ponerlas a disposición del contrato. De acuerdo con lo anterior se precisa:

- **Espacios Físicos:** Asegurar que la agencia tenga acceso a espacios necesarios como oficinas, salas de reuniones, o estudios de grabación si son relevantes.
- **Equipamiento Técnico:** Proveer o asegurar que la agencia tenga acceso a equipos técnicos necesarios como ordenadores, software de edición, y cualquier otro equipo especializado.
- **Herramientas y Software:** Garantizar que la agencia tenga acceso a software específico de gestión de proyectos, análisis de datos, CRM, herramientas de diseño gráfico y edición de video, plataformas de gestión de redes sociales, etc.

Medios Personales

- **Equipo de Comunicación Interno:** Distintos roles y responsabilidades del personal interno de la agencia, como gerentes de proyecto, responsables de comunicación, etc.
- **Colaboración y Coordinación:** Establecer canales de comunicación claros entre el equipo interno de la agencia y TURISMO DE TENERIFE. Nombrar un profesional de contacto principal que facilite la coordinación diaria y resuelva cualquier inconveniente.

Las obligaciones anteriores tienen la calificación y consideración de obligaciones y prestaciones críticas, no siendo susceptibles de subcontratación por parte del contratista.

OBLIGACIONES DE LA CONTRATANTE

Por su parte, TURISMO DE TENERIFE cumplirá para con el contratista, las siguientes condiciones vinculadas a la ejecución del contrato:

- Facilitar al contratista la documentación e información que precise a los efectos de la debida ejecución de las obligaciones adscritas a la ejecución del contrato.
- Cumplir con la obligación de pago que resulte del contrato.

VII. PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN, PRESUPUESTO DE LICITACIÓN, VALOR ESTIMADO Y PRECIO DEL CONTRATO

PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN:

Es el límite máximo de gasto que en virtud del contrato puede comprometer el órgano de contratación, incluido el Impuesto General Indirecto Canario (en adelante IGIC). A tal efecto, su importe será coincidente con el correspondiente a la fase de autorización del gasto y asciende a la cantidad de:

Base imponible	IGIC	Total presupuesto
120.000,00 €	8.400,00 €	128.400,00 €

El presupuesto antes indicado es máximo, así como el precio de adjudicación resultante, por lo que esta cuantía sólo obliga a TURISMO DE TENERIFE como máximo no superable en su conjunto, resultando las obligaciones económicas a efectos de abonar el precio del contrato, exclusivamente de los servicios que se presten, esto es las concretas acciones de comunicación que se aprueben o soliciten durante la ejecución del contrato se harán con cargo al máximo establecido, sin que TURISMO DE TENERIFE esté obligados a agotar dicho presupuesto durante la vigencia del contrato.

La oferta económica a presentar por los licitadores no lo será por el importe del presupuesto de licitación, sino por los honorarios habituales en su negocio, que están incluidos en el presupuesto de licitación, no pudiéndose sobrepasar el límite de 120.000,00 euros anuales incluyendo los honorarios del contratista. De este modo, el porcentaje de honorarios se estipulará de manera proporcional al importe de las acciones que se lleven a cabo, de manera individual, a través de la siguiente fórmula:

$$P = \frac{100 * H}{120.000 - H}$$

Siendo H el importe total de los honorarios ofertados por el licitador en el anexo IX

Y P el porcentaje en % de los honorarios que resulta de la oferta presentada.

El importe a ofertar en concepto de honorarios incluirá tanto los costes directos como indirectos y beneficio industrial. **TURISMO DE TENERIFE no aceptará ninguna oferta de honorarios que supere los 20.000,00 euros**, siguiendo el siguiente esquema:

Costes directos agencia	16.982,63 €
Costes indirectos (3,55%)	602,88 €
Beneficio Industrial (13,73%)	2.414,49 €
Total honorarios	20.000,00€
Total importe acciones (resto sobre 120.000,00€)	100.000,00€
Total costes del contrato	120.000,00€
IGIC (7%)	8.400,00
TOTAL PRESUPUESTO BASE	128.400,00

En base al artículo 101.5 de la LCSP, el presupuesto base de licitación ha sido determinado en base al estudio de mercado con empresas del sector, sin incluir las prórrogas ni modificaciones:

Para su determinación se ha realizado un estudio respecto a los costes habituales del mercado y tomado en consideración para su determinación todos los costes directos, así como los gastos generales y el beneficio industrial, además de considerar concursos anteriores de similares características y acudiendo a las ratios sectoriales de las empresas dedicadas a Publicidad y estudios de mercado publicados en la Central de Balances de España.

VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO: 360.000,00 euros (IGIC excluido).

El valor estimado de la presente licitación, sin incluir el I.G.I.C. o tributación indirecta que fuera de aplicación, asciende a la cantidad de **TRES CIENTOS SENSENTA MIL EUROS (360.000,00€)** de los cuales **CIENTO VEINTE MIL EUROS (120.000,00 €)**, IGIC excluido, corresponden al primer periodo de doce (12) meses en virtud de la duración de la contratación, con posibilidad de dos (02) prórrogas, con un período máximo de tres (03) años, y contados a partir de la fecha de la suscripción del contrato.

El método de cálculo aplicado para calcular el valor estimado del contrato viene dado por todos los conceptos y la totalidad de los gastos previstos para su correcta ejecución, así como por los costes directos, indirectos y beneficio industrial expresados anteriormente.

A efectos de determinar la publicidad y el procedimiento de adjudicación a ejecutar se ha tomado en cuenta el valor estimado de la presente contratación, incluida las prórrogas, sin incluir el I.G.I.C. o la tributación indirecta que fuera de aplicación ni las posibles modificaciones del contrato.

Los licitadores presentarán su oferta económica sólo respecto a los honorarios a recibir por sus servicios. Es decir, los honorarios de la agencia serán los que resulten de la oferta económica presentada como criterio objetivo número 1 de la presente licitación y dicho importe será deducido del importe total del contrato, es decir, del límite total de 120.000,00 euros anuales de modo que del importe final que se oferte resultará una proporción fija con respecto al importe de las acciones a ejecutar. A modo de ejemplo, si el licitador oferta una cuantía de honorarios igual a 10.000,00 euros, el importe de las acciones a ejecutar quedará en 110.000,00 euros y la proporción entre dichas cantidades quedará ya fija para toda la vida del contrato.

El límite máximo de honorarios a ser ofertado por el licitador será de 20.000,00 euros.

De acuerdo con lo anterior, habrá de tenerse en cuenta que el valor estimado del contrato prevé los siguientes conceptos a tener en cuenta:

Importe de Honorarios: En la referida cantidad se entiende incluida la totalidad de los conceptos que comprenda la prestación del servicio, así como cualquier coste, suplidos, tasas, impuestos, retribución u otros equivalentes derivados de la realización del servicio.

Importe de Acciones: Se entiende por acciones en medios de comunicación objeto de ejecución en la presente contratación, el importe o cuantía que sólo obliga a TURISMO DE TENERIFE como máximo no superable en su conjunto una vez deducidos del importe total de 120.000,00€ los honorarios adjudicados al licitador que resulte adjudicatario.

Los importes señalados anteriormente no podrán ser acumulables a las distintas anualidades prorrogables que pudiera disponer el contrato, salvo disposición presupuestaria expresa.

Asimismo, el importe destinado a acciones se corresponde a las acciones a ejecutar comprendiendo todos los costes y conceptos derivados de la prestación de los servicios contratados a terceros.

PRESUPUESTO DE LICITACIÓN DE LOS SERVICIOS

Será el que resulte de excluir el IGIC -que deberá soportar la Administración- al presupuesto base de licitación ascendiendo dicho presupuesto base de licitación a la cantidad de: CIENTO VEINTI OCHO MIL CUATROCIENTOS EUROS **(128.400,00 €)**

EL PRECIO DEL CONTRATO.

El precio del presente contrato se formulará por una parte en términos de honorarios de acuerdo con la oferta presentada resultante de la adjudicación del contrato, y que se determine como tal en el acto administrativo de adjudicación de este, no pudiendo superar el importe máximo de honorarios aceptado según la oferta económica presentada por el licitador.

En este sentido, las ofertas económicas a presentar por los licitadores se configurarán como el futuro precio del contrato junto con el importe máximo que corresponda de forma proporcional al presupuesto de acciones a ejecutar, ostentando la consideración de elemento sustancial de la contratación. No obstante, TURISMO DE TENERIFE, no estará obligado a pagar el presupuesto previsto dado que, en todo caso, el precio a pagar estará vinculado a la efectiva realización de los servicios.

El precio de la presente contratación comprenderá la suma del importe de honorarios y del importe de acciones de comunicación en medios (como máximo no acumulable) aplicable respecto a la duración inicial, sin perjuicio de su aplicación por igual en las eventuales prórrogas del contrato, considerándose incluidos todos los gastos directos e indirectos que el contratista deba realizar para la normal prestación de los servicios contratados de conformidad con el régimen jurídico aplicable al contrato; también asumirá los gastos correspondientes a los tributos, tasas y cánones de cualquier índole que resulten de aplicación, y todos los gastos que se originen para el adjudicatario como consecuencia del cumplimiento de las obligaciones contempladas en el presente pliego, como los gastos de desplazamientos y análogos, los derechos de visado del proyecto de obras y los derivados de la obtención de autorizaciones, análisis y emisión de informes, los derivados de trabajos, medios auxiliares y materiales que sean necesarios para la correcta ejecución del objeto del contrato de conformidad con el presente pliego y con el pliego de prescripciones técnicas, que se considerarán incluidos en el precio del contrato, aunque no figuren todos ellos especificados en la descomposición o descripción de los precios, ni en las especificaciones contenidas en el pliego y en el de prescripciones técnicas.

VIII. PAGO DEL PRECIO DE LA CONTRATACIÓN

El pago del precio de la presente contratación se efectuará tras la ejecución total o parcial del contrato, de acuerdo con las siguientes consideraciones, quedando, en todo caso, supeditado a la obtención por parte de TURISMO DE TENERIFE de elementos suficientes que justifiquen el devengo de las cantidades a abonar.

***Los honorarios de la agencia adjudicataria a abonar sobre cada acción ejecutada serán los que resulten de aplicar la fórmula prevista en la cláusula VII (Presupuesto Base Licitación, Valor Estimado, Presupuesto Licitación y Precio del Contrato) sobre el coste efectivo de las acciones ejecutadas por el adjudicatario, incluyendo cualesquiera descuentos aplicados, incluyendo los descuentos que ofrezcan los licitadores en el criterio objetivo nº 2.**

*De acuerdo con lo anterior, la **forma de pago** del presente contrato se realizará de forma fraccionada y variará según el importe destinado a honorarios y el importe destinado a acciones:

1.- El pago de las acciones se realizará de forma unitaria por cada acción o campaña ejecutada tras la efectiva ejecución de las acciones que correspondan y consecuente justificación.

2.- Respecto a las acciones, previa justificación y aprobación, el contratista deberá emitir una factura por cada acción o campaña ejecutada, o por el conjunto de varias, especificando en la misma los siguientes importes:

- El importe correspondiente a la acción o campaña ejecutada, en el que aparezcan desglosados los servicios contratados y abonados por parte del contratista a cada medio de comunicación incluyendo los descuentos aplicables según la oferta de la licitación en el criterio objetivo nº 2.
- El importe correspondiente a la cuantía de honorarios a aplicar por la acción o campaña ejecutada, que vendrá de terminada por la aplicación del porcentaje obtenido según lo establecido en la cláusula VII:

-El importe a consignar en la factura en concepto de honorarios vendrá determinado, por tanto, por la oferta económica presentada por el adjudicatario y será siempre proporcional.

-En ningún caso podrá el importe del total de todas las facturas emitidas por el licitador ser superior a 120.000,00 euros (IGIC excluido) anuales, incluyendo en dicha cantidad el importe de los honorarios y el importe de los impuestos indirectos aplicables.

3.- Los pagos por todos los conceptos incluidos en cada factura se realizarán previa entrega del informe descrito en las obligaciones del contrato, siempre y cuando dicho informe cuente con la aprobación previa del Responsable del Contrato de TURISMO DE TENERIFE del acuerdo con las condiciones de pago que se desarrollan a continuación.

*Las **condiciones de pago** al contratista serán las siguientes:

1) El pago de las facturas se realizará dentro de los **treinta días siguientes a la fecha de la aprobación de la factura remitida por el contratista.** En ningún caso, se podrá remitir la factura sin la aprobación del Responsable del contrato respecto a justificación previa y favorable de la ejecución de la presente contratación.

2) De acuerdo con lo anterior, para la emisión de la factura por el contratista será necesario haber presentado con carácter previo a la emisión de la misma las certificaciones/informes/memorias justificativas o documentos correspondientes que acrediten y justifiquen la ejecución parcial o total del contrato, según los conceptos previstos para la presente contratación. Dicha documentación será presentada al Responsable del contrato de Turismo de Tenerife para su revisión y valoración oportuna.

3) Tras la revisión y valoración favorable del Responsable del contrato comunicada al contratista, esté podrá proceder a la emisión y remisión de la factura correspondiente. En caso de comunicación no favorable respecto a la documentación justificativa de la ejecución, el contratista

deberá subsanar y completar los extremos informados por el Responsable del Contrato para su nueva valoración.

De acuerdo con lo anterior, una vez realizada por TURISMO DE TENERIFE la comprobación de las justificaciones, y la confirmación de que están completas, trasladará a la agencia la posibilidad de emitir la correspondiente factura, pero nunca antes. En caso contrario, TURISMO DE TENERIFE solicitará al adjudicatario el aporte de la justificación o justificaciones faltantes en una sola ocasión. Si tras esa solicitud, el adjudicatario no remite completa la justificación restante, TURISMO DE TENERIFE dejará en suspenso el procedimiento de cotejo de información hasta que, por iniciativa del adjudicatario, este aporte la justificación o justificaciones que falten.

Si por alguna causa debidamente justificada, y trasladada a TURISMO DE TENERIFE en tiempo y forma, alguna de las contraprestaciones no pudiese ser satisfecha, la entidad adjudicadora podrá determinar que el adjudicatario traslade al medio, o bien que compense la contraprestación no satisfecha por otra equivalente, o que reduzca el importe de dicha contraprestación en la propuesta, y por consiguiente en la futura factura. La no realización de las contraprestaciones establecidas en la propuesta, cuando no exista causa justificada a juicio de TURISMO DE TENERIFE, podrá ser, asimismo, objeto de reclamación o de la aplicación de penalidades por cumplimiento defectuoso por parte de la entidad adjudicadora en los términos que establezca la presente contratación y la legislación correspondiente aplicable.

4) En ningún caso, se podrá emitir factura sin la aprobación del Responsable del contrato respecto a justificación definitiva de los honorarios y/o acciones objeto de la presente contratación de acuerdo con los extremos señalados anteriormente

5) Las facturas solo podrán emitirse una vez haya sido presentada, con carácter previo, la justificación de todas y cada una de las contraprestaciones acordadas con el máximo detalle posible de estas: cuñas emitidas y sus franjas horarias, audios o vídeos de los espacios de información y entrevistas realizadas, certificación de publicación, interacciones y pantallazo de banners, comprobantes de faldones y páginas de publicidad, publicaciones en redes sociales...

Dichas justificaciones deberán ir siempre acompañadas de la certificación del medio y/o del adjudicatario, de que las contraprestaciones establecidas en las propuestas han sido ejecutadas en su totalidad.

6) No se procederá al pago del precio –ni se devengarán intereses por demora- sin que previamente TURISMO DE TENERIFE muestre conformidad con la prestación ejecutada.

7) En el caso que se aprueben las prórrogas del presente contrato, la forma de pago se realizará según lo dispuesto en el presente apartado.

8) Las facturas emitidas deberán indicar el desglose de los servicios contratados y abonados con cada medio de comunicación, los descuentos aplicados, así como el porcentaje de comisión de la agencia sobre esos servicios. Además, las facturas deberá indicar el departamento, número de acción y expediente de contratación.

La expedición de las facturas correspondientes deberá remitirse a:

- La siguiente dirección de correo electrónico: facturas@webtenerife.com

- O a través de la plataforma del Ministerio de Hacienda (FACE).

8) TURISMO DE TENERIFE podrá requerir al contratista la exhibición y/o presentación de las facturas expedidas por los proveedores para su cotejo y revisión.

9) Al existir un procedimiento de aceptación o comprobación mediante el cual debe verificarse la conformidad de los servicios con lo dispuesto en el contrato y si TURISMO DE TENERIFE recibe la factura antes de finalizar el periodo para realizar dicha aceptación, el plazo del pago que debe cumplir TURISMO DE TENERIFE se computará a partir del día de recepción de los servicios recibidos.

10) Además, el pago del precio del contrato estará vinculado a:

-Cumplimiento de las contraprestaciones y prescripciones técnicas de la contratación según el contenido previsto en la cláusula de obligaciones del contrato.

En caso que el Responsable del Contrato reitere al menos en una ocasión la comunicación no favorable respecto a la falta de cumplimiento de las contraprestaciones sobre la ejecución del contrato, se iniciará por el Órgano de Contratación el proceso de inicio e imposición de penalidades al contratista conforme a lo siguiente: se descontará un 5% del importe del contrato por cada una de las contraprestaciones incumplidas, sin perjuicio de la aplicación del régimen de penalidades previsto para la presente contratación por ejecución defectuosa o demora del objeto del contrato.

IX. DURACIÓN DEL CONTRATO

La duración inicial del contrato será de doce (12) meses, contados a partir de la formalización del mismo, con posibilidad de dos (2) prórrogas eventuales, por otros doce (12) meses cada una, debiendo formalizarse las prórrogas por escrito y permanecer inalterable las características del contrato.

-Número de prórrogas: DOS (2) PRORROGAS DE DOCE (12) MESES CADA UNA /ANUALES

-Plazo máximo de duración del contrato: TRES (3) AÑOS

En todo caso, las prórrogas deberán formalizarse por escrito y de forma expresa sin que en ningún caso pueda entenderse prorrogado el contrato por el consentimiento tácito de las partes. Las prórrogas no podrán superar, aislada o conjuntamente, el plazo fijado originalmente en la contratación.

La prórroga se acordará por el órgano de contratación y será obligatoria para el empresario, siempre que su preaviso se produzca al menos con dos meses de antelación a la finalización del plazo de duración del contrato.

En caso de ejercitarse las sucesivas prórrogas hasta el máximo permitido en el párrafo anterior, el contrato quedará automáticamente extinguido al término de los tres años de la firma de este, sin necesidad de comunicación alguna por las partes.

En ningún caso podrá producirse la prórroga por el consentimiento tácito de las partes.

En caso de prorrogarse el contrato, permanecerán inalterables las características del contrato durante el período de duración de la prórroga aprobada.

X. CLASIFICACIÓN EXIGIBLE A LOS PARTICIPANTES

Para ser adjudicatario del presente contrato no es preciso estar en posesión de clasificación empresarial alguna, sin perjuicio de que *la inscripción y certificación en el Registro Oficial de Licitadores y Empresas Clasificadas de las Administraciones Públicas acredite frente a todos los órganos de contratación del sector público, a tenor de lo en él reflejado y salvo prueba en contrario, las condiciones de capacidad, prohibiciones de contratar y solvencia económica y financiera del licitador, **siempre y cuando queden acreditados y actualizados dichos extremos en el certificado del ROLECE que sea presentado por los licitadores.***

XI. CRITERIOS DE SOLVENCIA TÉCNICA O PROFESIONAL Y ECONÓMICA Y FINANCIERA

A) MEDIOS DE SOLVENCIA ECONÓMICA Y FINANCIERA . De conformidad con el artículo 116.4.c) de la LCSP, podrá acreditarse la solvencia de la siguiente manera:

1) La **disposición de un seguro de responsabilidad civil**, vigente hasta el fin del plazo de presentación de ofertas, por importe no inferior a **CIENTO VEINTE MIL EUROS (120.000,00€)** anuales. Se deberá aportar, además, el compromiso de su renovación o prórroga que garantice el mantenimiento de su cobertura durante toda la ejecución del contrato.

La acreditación de este requisito se efectuará por medio de certificado expedido por el asegurador, en el que consten los importes y riesgos asegurados, así como el plazo mínimo de vigencia o la fecha de vencimiento del seguro, que deberá garantizar el mantenimiento de su cobertura durante toda la ejecución del contrato.

***Integración de medios externos de solvencia económica y financiera:** Para acreditar la solvencia económica y financiera en el contrato, el empresario podrá basarse en la solvencia y medios de otras entidades, independientemente de la naturaleza jurídica de los vínculos que tenga con ellas, siempre que demuestre que durante toda la duración de la ejecución del contrato dispondrá efectivamente de esa solvencia y medios, y la entidad a la que recurra no esté incurso en una prohibición de contratar. En las mismas condiciones, los empresarios que concurran agrupados en las uniones temporales podrán recurrir a las capacidades de entidades ajenas a la unión temporal.

En todo caso, el licitador propuesto como adjudicatario **deberá presentar compromiso por escrito de dichas entidades e incluir en las declaraciones correspondientes a la solvencia la información referida a la integración de los medios externos.**

Cuando una empresa recurra a las capacidades de otras entidades en lo que respecta a los criterios relativos a la solvencia económica y financiera, se exigirán las formas de responsabilidad conjunta entre aquella entidad y las otras en la ejecución del presente contrato, incluso con carácter solidario.

B) MEDIOS DE SOLVENCIA TECNICA O PROFESIONAL. Se acreditará a través de los medios siguientes:

De conformidad con el artículo 116.4.c) de la LCSP, los licitadores deberán acreditar su solvencia técnico y profesional a través de los medios de justificación: *“La solvencia técnica o profesional de los empresarios se apreciará teniendo en cuenta sus conocimientos técnicos, eficacia, experiencia y fiabilidad en la materia objeto de contratación y, dentro de ésta, en relación directa con el objeto del contrato.”*

Esta solvencia técnica o profesional de los licitadores deberá acreditarse, según el objeto del contrato, mediante lo siguiente:

1) Relación de los principales servicios o trabajos realizados de igual o similar naturaleza que los que constituyen el objeto del contrato en el curso de los tres (3) últimos años, en la que se indique el importe, la fecha y el destinatario, público o privado de los mismos. Para acreditar la solvencia técnica, el licitador aportará una relación bajo declaración responsable de los extremos referidos anteriormente.

Se requiere que el importe anual acumulado en el año de mayor ejecución sea igual o superior a OCHENTA Y CUATRO MIL EUROS (84.000,00€), esto es, al igual o superior al 70% del volumen medio anual del contrato.

Este requisito de solvencia técnica refiere a los servicios o trabajos efectuados por el licitador en los últimos tres años de igual o similar naturaleza al objeto de la presente contratación.

Para determinar que un trabajo o servicio es de igual o similar naturaleza al que constituye el objeto del contrato, se atenderá a la semejanza o similitud de los trabajos realizados con el objeto del contrato, pero no se exigirá la identidad entre los mismos. Para dicha determinación, además del CPV (a los tres primeros dígitos), se acudirá en su caso, a otros sistemas de clasificación de actividades o productos como el Código normalizado de productos y servicios de las Naciones Unidas (UNSPSC), a la Clasificación central de productos (CPC) o a la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE).

Acreditación y cumplimiento de requisito de solvencia técnica nº 1:

Para dar cumplimiento a este requisito de la solvencia técnica, en primera instancia y a efectos de la documentación del archivo electrónico nº 1, el licitador aportará una relación bajo declaración responsable de los extremos referidos anteriormente, sin perjuicio de la justificación prevista de acuerdo con el artículo 150 de LCSP a los efectos de trámite de proposición de adjudicación.

En fase de proposición de adjudicación, el licitador **que resulte propuesto como adjudicatario** de acuerdo con el trámite previsto en el artículo 150 de LCSP, deberá acreditar y justificar dicha relación a través de la presentación de certificados de buena ejecución **que incluyan objeto, importe, fechas, destinatario (público o privado) de los servicios prestados de igual o similar naturaleza a los que son objeto de la presente licitación**, que demuestren la observancia del cumplimiento de este requisito en los términos establecidos para la presente contratación.

Los certificados de buena ejecución deberán ser expedidos o visados por el órgano competente, cuando el destinatario sea una entidad del sector público o, cuando el destinatario sea un sujeto privado, mediante un certificado expedido por éste o, a falta de este certificado, mediante una declaración del empresario.

- Si los servicios fueron contratados por una Administración Pública o entidad del sector público, la experiencia se acreditará mediante la presentación de Certificación expedida por órgano competente que acredite los extremos anteriores y, en todo caso, los que constan en el modelo del pliego de la licitación, pudiendo dichas certificaciones ajustarse formalmente al referido modelo.

- En caso de que lo fueran por un sujeto privado, se requerirá en todo caso, la presentación de Certificación expedida por persona competente, conforme al modelo establecido en el pliego de la licitación. O también, en situaciones debidamente justificadas por el licitador, mediante una declaración del empresario acompañada de los documentos obrantes en su poder que acrediten la realización de la prestación.

- En las uniones temporales de empresas se acumularán los trabajos realizados por cada una de las empresas componentes de aquélla en proporción a su % de participación en la unión, de manera que si un licitador presenta para acreditar su solvencia técnica o profesional, certificados respecto a servicios ejecutados en UTE, se deberán indicar el % de participación que ostentaba en la UTE y los extremos recogidos en el modelo de certificado del pliego de la licitación, respecto del citado % de participación.

2) Equipo de trabajo destinado a la ejecución del contrato: el licitador que resulte adjudicatario deberá contar, como mínimo, con un (1) recurso personal que deberá estar dedicado a la gestión de todo lo relacionado con la presente contratación. Para ello, será necesario que ese profesional esté disponible y accesible para la ejecución del acuerdo en todos sus aspectos, desde el contacto con los medios a la gestión del material necesario para

la ejecución de cada acuerdo, independientemente de que, para cuestiones como pueden ser la gestión de facturas o la aportación de justificaciones correspondientes, puedan delegar esa función en algún otro miembro del equipo especializado en labores de facturación.

Esta persona destinada a la ejecución del servicio deberá contar con una formación acreditada mediante titulación en Licenciatura, Grado, Diplomatura, Máster, cursos de especialización, etc., en Marketing, Comunicación, o similares, así como en el ámbito digital. Asimismo, deberán acreditar un mínimo de dos (2) años de experiencia en la gestión de acuerdos y contactos con medios de comunicación, así como de Marketing y Comunicación y medios digitales.

La exigencia de la formación y experiencia indicada vienen determinada por su mayor conocimiento del sector cambiante en el que las ofertas de los medios pueden variar sensiblemente. Conocer que las propuestas se adecúan a precios de mercado competitivos, además de la repercusión buscada por TURISMO DE TENERIFE como gestor del destino, requiere de profesionales conocedores de los medios de comunicación.

Acreditación equipo de Trabajo mínimo de 1 persona con titulación y con 2 años de experiencia:

1º Para cumplir con este requisito de solvencia técnica, el licitador aportará una relación bajo declaración responsable de los extremos referidos anteriormente, sin perjuicio de la justificación prevista de acuerdo con el artículo 150 de LCSP.

2º El licitador que resulte propuesto como adjudicatario de acuerdo con el trámite previsto en el artículo 150 de LCSP, deberá acreditar y justificar dicho término a través de la presentación del curriculum y títulos oficiales de cada uno de los miembros del equipo que demuestren la observancia del cumplimiento de este requisito en los términos establecidos para la presente contratación.

***Empresarios de nueva creación:** Al encontrarnos ante un procedimiento abierto sujeto a regulación armonizada, no es de aplicación la previsibilidad de medios alternativos del artículo 90 de la LCSP para empresas de nueva creación.

INTEGRACIÓN DE MEDIOS EXTERNOS DE SOLVENCIA TÉCNICA O PROFESIONAL:

Para acreditar la solvencia técnica o profesional en el contrato, el empresario podrá basarse en la solvencia y medios de otras entidades, independientemente de la naturaleza jurídica de los vínculos que tenga con ellas, siempre que demuestre que durante toda la duración de la ejecución del contrato dispondrá efectivamente de esa solvencia y medios, y la entidad a la que recurra no esté incurso en una prohibición de contratar. En las mismas condiciones, los empresarios que concurren agrupados en las uniones temporales podrán recurrir a las capacidades de entidades ajenas a la unión temporal.

En todo caso, el licitador propuesto como adjudicatario deberá presentar **compromiso por escrito de dichas entidades e incluir en las declaraciones correspondientes a la solvencia la información referida a la integración de los medios externos.**

No obstante, con respecto a los criterios relativos a los títulos de estudios y profesionales que se indican en el artículo 90.1.e) de la LCSP, o a la experiencia profesional pertinente, las empresas únicamente podrán recurrir a las capacidades de otras entidades si estas van a prestar los servicios para los cuales son necesarias dichas capacidades.

La acreditación de los medios de solvencia económica y financiera, y solvencia técnica o profesional sólo se exigirá al licitador propuesto como adjudicatario del contrato mediante el requerimiento previsto en el artículo 150 de LCSP, o en su caso, a los licitadores o en caso de requerimiento de la Mesa de Contratación o el Órgano de Contratación, en caso de entenderlo necesario para la correcta tramitación de procedimiento de contratación, por lo que podrán requerir a los licitadores la acreditación fehaciente del cumplimiento de los requisitos de solvencia establecidos en la presente cláusula a través de la presentación de los correspondientes certificados, en cualquier momento del procedimiento.

XII. CRITERIOS DE VALORACIÓN Y ADJUDICACIÓN DEL CONTRATO

Los criterios de adjudicación de este contrato se han establecido así por considerarlos los más apropiados y convenientes para el objeto de este contrato de servicios y son los siguientes:

<u>CRITERIOS OBJETIVOS</u>	Puntuación
<i>Criterio Objetivo nº 1: Oferta económica -Honorarios agencia</i>	25
<i>Criterio Objetivo nº 2: Porcentaje de descuento frente a tarifas oficiales</i>	15
<i>Criterio Objetivo nº 3: Tratamiento de anuncios urgentes</i>	11
Subtotal Criterios Valoración Objetivos: Cuantificables mediante fórmulas matemáticas.	51
<u>CRITERIOS SUBJETIVOS</u>	49
Subtotal Criterios Valoración Subjetivos: Sometidos a Juicios de Valor	49
TOTAL	100

INFORME MOTIVADO SOBRE CRITERIOS SOCIALES Y MEDIOAMBIENTALES DE ADJUDICACIÓN DEL CONTRATO.

Se prescinde de la incorporación de criterios sociales y/o medioambientales en la adjudicación del contrato por no estimar que su ejecución pueda tener un impacto significativo de tipo social o en el medioambiente y, en consecuencia, no guardar relación con su objeto ni referirse o integrar las prestaciones que deban realizarse en virtud de dicho contrato.

XIII. FORMA DE PUNTUAR LOS CRITERIOS DE VALORACIÓN Y ADJUDICACIÓN

CRITERIOS DE VALORACIÓN OBJETIVOS

1) Criterio Objetivo 1: Honorarios de agencia (hasta 25 puntos)

La puntuación de las ofertas económicas se realizará de acuerdo con el siguiente procedimiento:

Se otorgará una puntuación máxima de veinticinco (25) puntos a la oferta económica que presente un precio más bajo en concepto de honorarios respecto a la duración inicial del contrato, esto es, doce (12) meses iniciales del contrato, teniendo en cuenta que para la anualidad se prevé un límite máximo de honorarios ascendiente a 20.000,00€, cantidad respecto de la cual se podrá proponer la reducción sobre el precio antes mencionada.

Teniendo en cuenta la **posibilidad de prórroga** prevista en la presente contratación, la oferta económica presentada por los licitadores respecto a la duración inicial (12 meses) se entenderá por igual para las futuras prórrogas de la contratación.

A las ofertas siguientes en el orden de prelación de cada criterio se les asignarán los puntos que proporcionalmente correspondan por su diferencia con la mejor oferta, de acuerdo con la siguiente fórmula: $P=(pm*mo)/O$

(donde "P" es la puntuación, "pm" es la puntuación máxima, "mo" es la mejor oferta y "O" es el valor cuantitativo de la oferta que se valora)

A efectos de la presentación de este criterio deberá tenerse en cuenta:

-La oferta económica que realice el licitador versará únicamente respecto de la cuantía prevista para el importe en concepto de honorarios para la ejecución del contrato, sin aplicación de impuestos indirectos

-La efectiva presentación de este criterio se entenderá cumplida con la debida presentación por los licitadores del Anexo correspondiente al criterio objetivo nº1, debidamente firmado.

-La oferta económica presentada tendrá carácter vinculante a efectos del contrato.

-La oferta económica que realice el licitador en conceptos de honorarios conllevará la afección sobre el "importe de acciones", tanto respecto la duración inicial del contrato como respecto de las posibles prórrogas anuales previstas para la ejecución de acciones de comunicación

Por tanto, el importe ofertado en concepto de honorarios se deducirá del presupuesto total anual del contrato, esto es, sobre los 120.000,00 euros. A modo de ejemplo, si un licitador ofertase unos honorarios de 10.000 euros, los 110.000 euros restantes serán el importe máximo destinado a la ejecución de las acciones.

-No se admitirán ofertas en concepto de honorarios que sean iguales o inferiores a cero (0) euros.

-Los licitadores deberán acompañar a la oferta económica, al menos, un ejemplo de facturación a un medio de comunicación conforme a los criterios establecidos en este pliego, y que deberá incluir:

- Propuesta inicial con contraprestaciones
- Importe total de descuentos (incluyendo el ofertado en el criterio objetivo 2)
- Comisión de agencia
- Impuestos aplicables
- Importe final de la factura

Dicho ejemplo y documentos ilustrativos indicados forman parte del presente criterio objetivo, aunque no serán objeto de valoración ni puntuación en este criterio, pues en todo caso revestirá carácter de documento informativo y complementario a la oferta económica que servirá como documento vinculante a la ejecución del contrato. La efectiva presentación de este criterio se entenderá cumplida con la debida presentación por los licitadores del Anexo de la oferta económica dispuesto en el PCAP y ejemplo explicativo con los documentos referidos sobre la facturación a un medio de comunicación en aplicación de la oferta económica presentada a la licitación.

-En la cantidad ofertada por el licitador se entienden incluidos la totalidad de los conceptos que comprenda la prestación del servicio, así como cualesquiera otros costes, suplidos, tasas, impuestos, u otros equivalentes derivados de la realización del servicio.

-A efectos de la presentación y puntuación del criterio objetivo nº1, se deberá presentar por los licitadores la cumplimentación del Anexo I adjunto a la presente memoria: **ANEXO I: CRITERIO OBJETIVO -HONORARIOS. Por tanto, la efectiva presentación de este criterio se entenderá cumplida con la debida cumplimentación y presentación por los licitadores del Anexo correspondiente al criterio objetivo nº1, debidamente firmado y de acuerdo con los parámetros establecidos para dicho criterio.**

Podrán considerarse desproporcionadas o anormales las ofertas que se encuentren en los siguientes supuestos:

- Cuando, concurriendo un solo licitador, sea inferior al presupuesto base de licitación en más de 25 unidades porcentuales.
- Cuando concurren dos licitadores, la que sea inferior en más de 20 unidades porcentuales a la otra oferta.
- Cuando concurren tres licitadores, las que sean inferiores en más de 10 unidades porcentuales a la media aritmética de las ofertas presentadas. No obstante, se excluirá para el cómputo de dicha media la oferta de cuantía más elevada cuando sea superior en más de 10 unidades porcentuales a dicha media. En cualquier caso, se considerará desproporcionada la baja superior a 25 unidades porcentuales.
- Cuando concurren cuatro o más licitadores, las que sean inferiores en más de 10 unidades porcentuales a la media aritmética de las ofertas presentadas. No obstante, si entre ellas existen ofertas que sean superiores a dicha media en más de 10 unidades porcentuales, se procederá al cálculo de una nueva media sólo con las ofertas que no se encuentren en el supuesto indicado. En todo caso, si el número de las restantes ofertas es inferior a tres, la nueva media se calculará sobre las tres ofertas de menor cuantía.

2) Criterio Objetivo 2: Porcentaje de descuento frente a tarifas oficiales

Se puntuará el porcentaje de descuento frente a tarifas o descuentos oficiales que disponga actualmente del licitador para su aplicación a la presente contratación.

Se otorgará un máximo de quince (15) puntos a quien oferte un porcentaje de descuento superior al 25% en los diferentes medios (prensa, radio, televisión, etc.); 10 puntos a los licitadores que oferten un descuento igual o superior al 20 y hasta el 25%; 5 puntos a quienes oferten un descuento igual o superior al 15%, e inferior al 20%; y 0 puntos en el caso de que el descuento ofertado sea inferior al 15%.

A la hora de ofertar el presente criterio, los licitadores manifiestan que los descuentos son preexistentes a la presente adjudicación, permitiendo el acceso a su justificación cuando TURISMO DE TENERIFE así lo exija, mediante certificación emitida por el medio de comunicación correspondiente. En este sentido, la oferta del presente criterio se considerará vinculante a los efectos de la ejecución del contrato.

Además del porcentaje de descuento aquí ofertado por los licitadores, si el adjudicatario, en el momento de la ejecución del contrato, obtuviese cualquier descuento adicional aplicado por los medios de comunicación para el desarrollo de las acciones y/o campañas encargadas por el licitador, ya sea por rappel o por volumen de contratación anual, o por cualquier otro concepto, este deberá ser repercutido y vinculante en beneficio de TURISMO DE TENERIFE, y por tanto, descontado del importe final de la factura.

Esta información, a efectos de la presentación y puntuación del criterio objetivo nº2, se deberá presentar mediante la cumplimentación del Anexo de Criterios Objetivos

que se adjuntará a los futuros pliegos de la licitación. Por tanto, la efectiva presentación de este criterio se entenderá cumplida con la debida cumplimentación por los licitadores del Anexo correspondiente respecto al criterio objetivo nº2, debidamente firmado.

3) Criterio Objetivo 3: Tratamiento de anuncios urgentes

Se puntuará los plazos de respuesta en términos de disponibilidad y capacidad de maniobra ante los imprevistos y la inserción o emisión de anuncios/campañas urgentes, en un plazo máximo de 24 horas de antelación (hasta un máximo de 11 puntos).

Este criterio se valorará en los términos siguientes:

Cuando el plazo de respuesta sea inferior a 24 horas y superior a 12 horas, se otorgarán 5 puntos.

Cuando el plazo de respuesta sea inferior o igual a 12 horas, se otorgarán 11 puntos.

No se admitirán aquellas ofertas que presenten un plazo de respuesta superior a 24 horas.

Esta información, a efectos de la presentación y puntuación del criterio objetivo nº3, se deberá presentar mediante la cumplimentación del Anexo de Criterios Objetivos que se adjuntará a los futuros pliegos de la licitación. Por tanto, la efectiva presentación de este criterio se entenderá cumplida con la debida cumplimentación por los licitadores del Anexo correspondiente referido criterio objetivo nº3, debidamente firmado.

La oferta presentada respecto a este criterio tendrá carácter vinculante a efectos del contrato de acuerdo con la oferta presentada en este criterio por el licitador resultante como adjudicatario, debiendo cumplir con los requisitos exigibles referentes a la prescripción técnica establecida para los anuncios urgentes recogida en las obligaciones del contrato.

Si algún licitador no oferta, o no aporta la documentación relativa a alguno de los criterios objetivos anteriormente referidos, o la misma no contiene todos los requisitos exigidos en los párrafos anteriores que permitan su puntuación, la proposición del licitador no será valorada respecto del precio unitario o criterio de que se trate.

CRITERIOS DE VALORACIÓN SUBJETIVOS

1) CRITERIO SUBJETIVO -MEDIANTE JUICIO DE VALOR: Propuesta técnica (hasta 49 puntos):

- **PROPUESTA TÉCNICA:** La Propuesta Técnica a presentar **no podrá tener una extensión superior a las 30 páginas** a una sola cara. En caso de superar el límite máximo referido en este apartado, no se valorarán a efectos de valoración y puntuación de la propuesta técnica

las páginas que excedan de este límite. Además, la propuesta deberá presentarse siguiendo el siguiente índice y estructura que se indica:

1. Propuesta técnica que ofrezca unos estándares de asistencia solvente, profesional, de calidad, creativa y dinámica.

2. Estructura y Trayectoria de la empresa y Conocimiento de los servicios objeto de licitación.

3. Descripción del equipo de trabajo

4. Asimismo, las propuestas técnicas de los licitadores deberán incluir como contenido mínimo lo siguiente:

1º Aspectos relacionados con las condiciones técnicas del contrato.

2º Presentación de una memoria explicativa del proyecto, del equipo humano de la agencia y carta de presentación del equipo propuesto para la cuenta de Turismo de Tenerife.

3º Un cuadro resumen de la visión del proyecto en su conjunto, donde se incluya una relación de medios y soportes con los que TURISMO DE TENERIFE podrá ejecutar sus campañas o acciones (televisión, radio, prensa online y offline), así como medios digitales, con la metodología de trabajo con todos ellos en función de audiencias, formatos, públicos objetivos, etc.

4º) Los licitadores deberán plantear un caso práctico de plan de comunicación específico para un evento gastronómico y otro evento turístico (por ejemplo eventos tipo Madrid Fusión, Fitur, San Sebastián Gastronomika...etc) con especificación de los medios, programas, formatos, contenidos, anuncios, banners, etc., en los que consideran que TURISMO DE TENERIFE debería tener presencia, con importes totales y desglosados por medios y conceptos, así como con la justificación de la elección de dichos medios, programas, etc.

Para poder ser valoradas las propuestas conforme a los estándares indicados en el punto 2, deben ser presentadas todas las cuestiones referidas anteriormente, por lo que, si algún licitador no presenta los mínimos recogidos anteriormente, no podrá ser valorada su propuesta conforme a los criterios subjetivos.

UMBRAL MÍNIMO: Se establece en estos criterios un umbral mínimo de puntuación para continuar en el procedimiento de licitación de 24,5 puntos, inferior al 50% de la puntuación en el conjunto de los criterios cualitativos no evaluables mediante fórmulas o parámetros objetivos. Por tanto, quien no supere el umbral mínimo anterior, será excluido del procedimiento de contratación.

VALORACIÓN= A efectos de la valoración de los criterios señalados anteriormente, las propuestas de los licitadores deberán contener los aspectos de la oferta relacionados con las condiciones técnicas del contrato y relativa a los criterios sujetos a juicio de valor. En todo caso, la propuesta técnica deberá incluir la presentación de una memoria explicativa del proyecto, el equipo personal propuesto para su realización y un cuadro resumen de la visión del proyecto en su conjunto.

Asimismo, se establecerán en la propuesta técnica los medios personales y materiales adscritos a la ejecución del contrato, mediante la inclusión del currículum de los intervinientes, así como la determinación de las funciones de cada uno. La efectiva adscripción de tales medios a la ejecución del contrato se considera obligación esencial.

La valoración de las ofertas se realizará de acuerdo con el siguiente procedimiento:

Obtenida la puntuación de todas las ofertas respecto a cada uno de los criterios se sumará la puntuación total, resultando seleccionado el licitador que obtenga mayor puntuación. En caso de producirse empate en la puntuación final, se tendrá en cuenta el orden de prelación de los criterios de adjudicación y la ponderación de su incidencia en la valoración de las ofertas empatadas.

XIV. CONDICIONES ESPECIALES DE EJECUCIÓN DEL CONTRATO

I. CONDICIONES ESPECIALES DE EJECUCIÓN DE CARÁCTER SOCIAL

Conforme a lo dispuesto en el artículo 202 de la LCSP, se establece para la empresa adjudicataria las siguientes condiciones especiales de ejecución del contrato:

- 1) Indicar el convenio colectivo que será de aplicación a los trabajadores que realicen la actividad objeto del contrato, en el supuesto de resultar adjudicatarios, así como facilitar cuanta información se requiera sobre las condiciones de trabajo que, una vez adjudicado el contrato, se apliquen efectivamente a esos trabajadores.
- 2) Durante la ejecución del contrato, aplicar a la totalidad de la plantilla adscrita al mismo, las condiciones de trabajo establecidas por el último convenio colectivo sectorial y territorial en vigor en el que se encuadre la prestación contractual o, en su caso, el convenio de empresa vigente que mejore lo dispuesto en el citado convenio colectivo, en cuyo caso aplicará el de empresa.
- 3) Mantener las condiciones de trabajo de la plantilla adscrita al contrato durante toda su vigencia, incluidas las prórrogas, en los términos del convenio colectivo que resulte de aplicación al presentarse la oferta, aunque el mismo pierda posteriormente vigencia como consecuencia de la ultraactividad. Asimismo, deberá introducir cualquier mejora sobre la legislación laboral básica aplicable en virtud del convenio colectivo en vigor.
- 4) Mantener la plantilla adscrita al objeto del contrato, durante toda su vigencia, incluidas las prórrogas, sin que proceda suspensión o extinción de puestos de trabajo salvo por

- bajas voluntarias, despidos disciplinarios, disconformidad de la administración o modificación del contrato por razones de estabilidad presupuestaria.
- 5) Las empresas licitadoras deberán garantizar que la oferta económica sea adecuada para hacer frente al coste derivado de la aplicación del convenio colectivo sectorial que corresponda, sin que en ningún caso los precios/hora de los salarios puedan ser inferiores a los precios/hora del convenio más los costes de Seguridad Social.
 - 6) La empresa adjudicataria deberá, a lo largo de toda la ejecución del contrato, abonar a los trabajadores el salario mensual, en la cuantía y en los periodos establecidos en el convenio colectivo de aplicación según la categoría profesional que corresponda, sin que en ningún caso el salario a abonar pueda ser inferior a aquel. El adjudicatario deberá estar al corriente de pago de las nóminas del personal que participe en la ejecución del contrato. Se considerará que incumple la citada condición cuando se produzca el impago o un retraso en el abono de las nóminas en más de dos meses. El órgano de contratación podrá comprobar el estricto cumplimiento de los pagos que la empresa contratista ha de hacer a los trabajadores que participen en la ejecución del contrato. A tal efecto podrá exigir, junto a la factura mensual, una certificación emitida por la representación legal de la empresa acreditativa de que se encuentra al corriente en el pago de las nóminas de acuerdo a las retribuciones fijadas en el convenio y la fecha en que fueron abonadas.
 - 7) Para los supuestos en los que proceda la subcontratación: La contratación se encuentra sometida a la subrogación de los contratos de trabajo de todos los trabajadores, quedando el nuevo empresario subrogado en los derechos y obligaciones laborales y de Seguridad Social del anterior. La empresa adjudicataria además de cumplir, respecto a la plantilla vinculada a la ejecución del contrato, las disposiciones legales, reglamentarias y convencionales vigentes en materia laboral, de Seguridad Social y de seguridad y salud en el trabajo, deberá cumplir el convenio colectivo aplicable, respetando las condiciones que, respecto a la subrogación de personas trabajadoras se establezcan en dicho convenio y abonando, en todo caso, al menos el salario recogido en el mismo según la categoría profesional que corresponda.
 - 8) Hacer efectivos los derechos reconocidos en la Convención de las Naciones Unidas sobre los derechos de las personas con discapacidad.

II. CONDICIONES ESPECIALES DE EJECUCIÓN DE CARÁCTER MEDIOAMBIENTAL

Con el fin de disminuir el gasto innecesario de recursos y de colaborar con el reciclaje y la conservación del medio ambiente, todos los trabajos que deban ser presentados en soporte documental a la Administración deberán imprimirse a doble cara, en blanco y negro y en papel reciclado (siempre que las características del documento lo permitan), procurándose además reducir el número de páginas empleando caracteres de tamaño mediano y reduciendo los márgenes de forma que los documentos sean legibles pero no supongan un gasto de recursos innecesario.

La persona responsable del contrato tendrá la facultad de no prestar su conformidad con los trabajos presentados que no se ajusten a lo señalado en el párrafo anterior, así como de ordenar el cumplimiento de dichos condicionantes.

Igualmente, el contratista está obligado al cumplimiento del Real Decreto Legislativo 1/2013, de 29 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General de derechos de las personas con discapacidad y de su inclusión social, de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, de la Ley 31/1995, de 8 de noviembre, sobre Prevención de Riesgos Laborales, y del Reglamento de los Servicios de Prevención, aprobado por Real Decreto 39/1997, de 17 de enero, así como de las normas que se promulguen durante la ejecución del contrato.

XV. CONDICIONES ESPECIALES DE EJECUCIÓN EN MATERIA DE SUBCONTRATACIÓN

Las limitaciones que permite introducir la LCSP con respecto a la subcontratación son las relativas a las denominadas "prestaciones críticas". Estas serían aquellas que, por su especial relevancia o configuración, requieren que sean ejecutadas directamente por parte de la empresa adjudicataria. La base tiene que ser la de permitir la subcontratación en todo, menos en las tareas críticas, y no se pueden establecer todas las tareas como críticas.

La empresa adjudicataria podrá subcontratar con otras empresas la realización parcial de la prestación objeto de este contrato.

Ante este aspecto, se tendrá en cuenta que la subcontratación de parte de la prestación objeto de este contrato estará sujeta al cumplimiento estricto de los requisitos establecidos en el artículo 215 y el artículo 216 de la Ley de Contratos del Sector Público (LCSP). Específicamente, se requerirá lo siguiente:

- Las empresas licitadoras deberán indicar en su oferta la parte del contrato que tienen previsto subcontratar, señalando su importe y los datos identificativos de los subcontratistas propuestos.
- Posteriormente, tras la adjudicación del contrato y antes del inicio de la ejecución de este, la empresa adjudicataria deberá comunicar por escrito al órgano de contratación su intención de celebrar subcontratos, detallando la parte de la prestación a subcontratar y la identidad y aptitud del subcontratista propuesto.

Acciones o aspectos excluidos de la subcontratación:

Se establecen los siguientes puntos clave sobre las acciones o aspectos que no pueden ser objeto de subcontratación:

- Servicios, suministros u obras que requieran un alto grado de especialización y cuya subcontratación no esté expresamente permitida por los pliegos de condiciones.
- Tareas críticas especificadas en el contrato que deben ser ejecutadas directamente por la empresa adjudicataria.

- Situaciones que requieran autorización expresa para la subcontratación, como contratos clasificados o aquellos relacionados con la seguridad del Estado.

Obligaciones especiales de ejecución:

En cumplimiento del artículo 217.1 de la LCSP, se establecen las siguientes obligaciones especiales de ejecución para la empresa adjudicataria:

- Obligación de la empresa adjudicataria de informar a Turismo de Tenerife, la relación detallada de subcontratistas o suministradores.
- Obligación de pago a subcontratistas y suministradores, conforme a lo establecido en los artículos 215, 216 y 217 de la LCSP.
- Obligación de aportar justificantes acreditativos del cumplimiento de los pagos a las entidades subcontratistas o suministradoras.

Penalizaciones por incumplimiento:

El incumplimiento de las obligaciones relacionadas con la subcontratación para esta licitación determinará la imposición de las penalidades conforme a lo dispuesto en la LCSP asegurando de esta forma el cumplimiento efectivo de la subcontratación para esta licitación. Estas penalidades incluirán:

- Penalidad inicial por cada día natural de retraso en la presentación de la relación detallada de subcontratistas o suministradores, hasta los primeros diez días de incumplimiento. A partir del décimo primer día, esta penalidad se incrementará según lo establecido en la LCSP.
- En el caso de incumplimiento de las obligaciones de pago a subcontratistas o suministradores, las penalidades serán determinadas de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 217.3 de la LCSP. Esto podría resultar en una penalidad diaria por día de retraso en el pago, con un límite máximo del 50% del precio del contrato, si se demuestra mediante resolución judicial o arbitral firme. En otros casos, la penalidad podría ser calculada de acuerdo con lo estipulado en la LCSP.
- En cuanto a la acreditación de los pagos a subcontratistas o suministradores, el incumplimiento de la obligación de presentar la documentación acreditativa dentro de los plazos establecidos conllevará una penalidad diaria según lo dispuesto en la LCSP.

XVI.- PROCEDIMIENTO Y FORMA DE ADJUDICACIÓN

El **procedimiento abierto sujeto a regulación armonizada por razón de la cuantía**, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 22.1, 135.1, 156.2, 156.3 y concordantes de la LCSP.

A efectos de determinar la publicidad y el procedimiento de adjudicación a ejecutar se ha tomado en cuenta el valor estimado de la presente contratación, incluida las prórrogas y las

posibles modificaciones del contrato, sin incluir el I.G.I.C. o la tributación indirecta que fuera de aplicación.

A través de este procedimiento se busca que un mayor número de entidades concurren a la licitación, favoreciendo la competencia con el fin de garantizar la adecuada prestación de los servicios que constituyen el objeto del contrato.

XVII.- SUBCONTRATACIÓN

No cabe la subcontratación de las contraprestaciones críticas y vinculantes del presente contrato debido a que las características y naturaleza de las mismas técnicas impiden que pueda ser ejecutado por una entidad distinta del adjudicatario.

De acuerdo con lo anterior, la empresa adjudicataria no podrá subcontratar con otras empresas la realización del objeto principal de este contrato, sin perjuicio de aquellas obligaciones accesorias que complementan la ejecución del mismo. Al tratarse de un contrato que la empresa adjudicataria puede ejecutar por sus propios medios, y en concreto en el día a día, por medio del profesional que designe como responsable de todo lo que tenga que ver con el contrato, no se contempla la posibilidad de subcontratación.

Todo ello además, y dada la experiencia de TURISMO DE TENERIFE en contrataciones similares anteriores, dado que no se trata de trabajos de contenido diverso que requiera de una gran cantidad de personal de otros perfiles profesionales o de apoyo más allá de aquél con el que pueda contar la empresa que resulte adjudicataria del contrato.

XVIII.- INFORME DE INSUFICIENCIA DE MEDIOS

De conformidad con lo exigido por el artículo 116.4.f) de la LCSP, y al tratarse de un contrato de servicios, se informa que las prestaciones objeto de este contrato no puede ser realizado con medios propios de TURISMO DE TENERIFE, debido a las siguientes circunstancias: las prestaciones objeto del Contrato, así como la especialización técnica requerida para su implantación requieren de profesionales con un perfil técnico que no lo cumple la plantilla técnica de TURISMO DE TENERIFE.

XIX.- CERTIFICADO DE EXISTENCIA DE CRÉDITO

Respecto a la aprobación del gasto, se acompañará al presente expediente de contratación el Certificado de existencia de crédito presupuestario.

XX.- PENALIDADES POR DEMORA O CUMPLIMIENTO DEFECTUOSO EN LA EJECUCIÓN DEL CONTRATO.

De conformidad con lo establecido en el artículo 192. 1 de la LCSP, podrán imponerse al contratista las penalidades que en caso de:

- Ejecución defectuosa del objeto del contrato
- Compromiso de dedicación de medios (apartado 2 del artículo 76 de la LCSP)
- Incumplimiento de las Condiciones Especiales de Ejecución del contrato las cuales se establecer en el apartado XIV de la presente licitación (apartado 1 del artículo 202 de la LCSP-)

Cuantía de las penalidades:

*En estos supuestos de cumplimiento defectuoso de la prestación objeto del contrato, la imposición de las penalidades será proporcional a la gravedad del incumplimiento y su cuantía no podrá ser superior al 10 por ciento del presupuesto del contrato.

*Penalidades por demora: En caso de incumplimiento **por demora**, entendiéndose por tal el incumplimiento del plazo total de ejecución o el incumplimiento de los plazos parciales fijados en el programa de trabajo, habilitará al órgano de contratación para optar, atendidas las circunstancias del caso, por la resolución del contrato o por la imposición de penalidades diarias en la proporción de 0,60 € por cada 1.000 euros del precio del contrato, o en su caso, optar por la resolución.

*Penalidades por incumplimiento de criterios de adjudicación: penalidades ajustadas según el impacto de dicho incumplimiento en la puntuación de adjudicación del contrato proporcionable con el impacto atribuible.

Procedimiento para la imposición de penalidades

La decisión de imponer penalidades se regirá por lo expuesto en la presente cláusula, así como las penalidades concretas que les correspondan.

En el caso de que se produzca algún tipo de incumplimiento, demora o cumplimiento defectuoso por parte del contratista, las penalidades correspondientes se impondrán mediante acuerdo del

órgano de contratación a disposición por el responsable de la ejecución del contrato, quien tiene un conocimiento directo de la situación y las circunstancias que rodean el incumplimiento.

Previo a la imposición de cualquier decisión sobre la imposición de penalidades, se otorgará al contratista un plazo de 5 días naturales para presentar sus argumentos y defender su posición ante el órgano de contratación, asegurando así un proceso justo y equitativo.

Una vez adoptado el acuerdo para imponer las penas, este será inmediatamente ejecutivo. Las penalidades se harán efectivas, en su caso, mediante la deducción de las cantidades que deban abonarse al contratista en concepto de pago total o parcial. Esta medida garantiza la aplicación efectiva de las sanciones y el cumplimiento de las obligaciones contractuales.

El presente sistema de penalizaciones en concepto de demora y/o por cumplimiento defectuoso, no será incompatible con la aplicación de las penalizaciones previstas en la cláusula de condiciones de pago para la presente contratación.

XXI.- RESPONSABLE DEL CONTRATO

- **D./Dña.:** Javier Pérez Torres
- **Dirección:** Avenida La Constitución nº 12, C.P.: 38002, Santa Cruz de Tenerife.
- **Director Departamento de Marketing y Comunicación de Turismo de Tenerife.**
- **Teléfonos Departamento de Marketing y Comunicación de Turismo de Tenerife:** 922 23 75 21
- **Dirección de correo electrónico Departamento de Marketing y Comunicación de Turismo de Tenerife:** marketing@webtenerife.com

XXII.- CONCLUSIONES

Se justifica expresamente la idoneidad de la contratación, emitiéndose al efecto la presente MEMORIA con carácter FAVORABLE, atendiendo para ello a los diferentes aspectos analizados en función de las necesidades surgidas para desarrollar la actividad que le es propia a TURISMO DE TENERIFE.

De esta manera, queda definida la necesidad de contratar los servicios de **UNA AGENCIA DE COMUNICACIÓN PARA LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN MEDIOS INSULARES Y REGIONALES DE LAS NOVEDADES DEL DESTINO Y DE LA IMPORTANCIA DEL TURISMO PARA TENERIFE** constituyendo un contrato privado de servicios, que deberá ser adjudicado mediante un procedimiento abierto ORDINARIO, cuyo objeto queda definido, en consonancia con lo descrito en la presente memoria justificativa.

El contrato deberá ajustarse, a su vez, al plazo de duración e importes fijados, atendiendo a la correspondiente existencia de crédito presupuestario, así como al resto de especificaciones fijadas en los correspondientes pliegos que rijan la licitación y que se constituyen como Ley del contrato.

Y para que conste a los efectos oportunos, se suscribe el presente documento electrónicamente, a un único efecto, en Santa Cruz de Tenerife, desplegando sus efectos a partir de la fecha de su firma.

Javier Pérez Torres
Director/a del Departamento de Marketing y Comunicación
SPET, TURISMO DE TENERIFE, S.A.

ANEXO CRITERIOS OBJETIVOS

D/D^a, con D.N.I. nº, con domicilio en calle nº..... código postal..... , teléfono....., fax..... , actuando en su propio nombre o en representación de y, enterado de la convocatoria de la licitación para la contratación del servicio de ".....", y aceptando íntegramente el contenido del pliego tipo de cláusulas administrativas particulares, aprobado por TURISMO DE TENERIFE, conteniendo las especificidades del contrato:

DECLARO BAJO MI RESPONSABILIDAD:

a) Que ha tenido en cuenta en la elaboración de su oferta las obligaciones derivadas de las disposiciones vigentes en materia de fiscalidad, protección del medio ambiente, protección del empleo, igualdad de género, condiciones de trabajo, prevención de riesgos laborales e inserción socio laboral de las personas con discapacidad, y a la obligación de contratar a un número o porcentaje específico de personas con discapacidad, y protección del medio ambiente.

b) Que se compromete a prestar el servicio, con estricta sujeción a los requisitos exigidos y de acuerdo con las condiciones ofertadas, por la cantidad de (expresar en cifras y letras) **en concepto de honorarios del servicio, por los 12 meses de duración inicial de la contratación.**

c) Que en el precio ofertado **no se encuentra incluido el IGIC.**

d) Que el importe ofertado en concepto de honorarios recaerá sobre el presupuesto anual del contrato, esto es, sobre los 120.000,00 euros de presupuesto máximo. Quedando, por tanto, el presupuesto restante para la ejecución de las campañas y/o acciones que sean solicitadas por TURISMO DE TENERIFE, y sin que ésta quede obligada a agotar dicho presupuesto.

e) Que en dicho precio del contrato están incluidos cualquier otro tributo o gastos que se deriven de la ejecución del contrato y que no figure excluido expresamente del pliego tipo de cláusulas administrativas particulares, así como el aprobado por el órgano de contratación en virtud de aquél, conteniendo las especificidades del contrato, el cual es aceptado, incondicionalmente, sin salvedad o reserva alguna, por parte del declarante.

e) Que la oferta es adecuada para hacer frente al coste derivado de la aplicación del convenio colectivo sectorial que corresponda, sin que en ningún caso los precios/hora de los salarios puedan ser inferiores a los precios/hora del convenio más los costes de Seguridad Social.

f) Que de acuerdo con lo dispuesto en el "**Criterio Objetivo 2: Porcentaje de descuento frente a tarifas oficiales**" se propone un DESCUENTO DEL%(expresar en cifras y letras) en los diferentes medios.

g) Que de acuerdo con lo dispuesto en el "**Criterio Objetivo 3: Tratamiento de anuncios urgentes**", se propone un plazo de respuesta de HORAS (expresar en cifras y letras), teniendo en cuenta que es de obligado cumplimiento el plazo de respuesta máximo de VEINTICUATRO (24) HORAS.

En, a.....de.....de 202...

Fdo.:

Sello de la empresa