

EXPEDIENTE CNMY24/SAMC/16

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE COMERCIALIZACIÓN DE LA PUBLICIDAD EN EL MERCADO DE ÁMBITO LOCAL Y REGIONAL Y LA PLANIFICACIÓN Y TRÁFICO PUBLICITARIO, PARA LA SOCIEDAD ANÓNIMA DE MITJANS DE COMUNICACIÓ DE LA COMUNITAT VALENCIANA (SAMC), REF EXPEDIENTE CNMY24/SAMC/16

ÍNDICE

1. Introducción.
2. Objeto del contrato.
3. Listado de servicios y obligaciones esenciales de la contratación
4. Lugar de ejecución del contrato.
5. Plazo de ejecución
6. Facturación y régimen de pagos propuestos
7. Documentación a presentar

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE COMERCIALIZACIÓN DE LA PUBLICIDAD EN EL MERCADO DE ÁMBITO LOCAL Y REGIONAL Y LA PLANIFICACIÓN Y TRÁFICO PUBLICITARIO, PARA LA SOCIEDAD ANÓNIMA DE MITJANS DE COMUNICACIÓ DE LA COMUNITAT VALENCIANA (SAMC), REF EXPEDIENTE CNMY24/SAMC/16

1. INTRODUCCIÓN

La Ley 2/2024, de 27 de junio, de la Generalitat, de la Corporació Audiovisual de la Comunitat Valenciana, incluye en el artículo 31.2 la necesidad de la participación de À Punt en el mercado publicitario, como un elemento clave para alcanzar una mayor capacidad de autofinanciación dentro del sistema mixto de financiación público-privada de la entidad.

Asimismo, el Contrato Programa entre el Consell y la CVMC contempla los ingresos derivados de la comercialización publicitaria como una de las fuentes de financiación de la CVMC. A su vez, la cláusula duodécima regula los ingresos resultantes de publicidad y otros fondos, para complementar aquellos otros ingresos que tienen origen en los presupuestos de la Generalitat, ya que permite una mejor prestación de la función de servicio público.

En dicho Contrato Programa se indica que “À Punt Mèdia ha considerado la oportunidad de recurrir, en el inicio de las emisiones, a una empresa comercializadora para la gestión, promoción e intermediación de espacios publicitarios. Siempre teniendo en cuenta la necesidad de estos ingresos publicitarios, se buscarán las mejores opciones que haya, en cada ejercicio, para la obtención de publicidad en los apoyos de televisión, radio y web, y eso sin perjuicio de que la publicidad institucional de la Administración, en cualquier formato, sea gestionada directamente por la SAMC, igual que la venta o la distribución de contenidos o productos derivados o de actuaciones adscritas a la obtención de patrocinio. La captación de ingresos publicitarios se realizará principalmente a través de un exclusivista de publicidad. La política comercial estará orientada a optimizar el espacio publicitario de las diferentes ventanas de distribución, dentro del respeto a las normas vigentes y al Libro de estilo de la Corporació. A este efecto, se comercializarán diferentes formatos para cada una de las ventanas: – En la ventana de televisión: spots en bloques convencionales, spots en bloques Premium, patrocinios convencionales (caretas de entrada y salida de los programas), telepromociones, sobreimpresiones, publicidad estática en retransmisiones en los supuestos que lo permitan, branded content y/o bartering, morphing o bumpers, publirreportajes, product-placement, momentos internos, microespacios. – En la ventana de radio: cuñas, microespacios, patrocinios, publirreportajes, menciones. – En la ventana digital: todos los formatos display (banners, skyscrapers, botones...), formato rich-media, skins, enlaces patrocinados, prerolls, patrocinios. Todo ello sin intención de ser extensivo, ya que el dinamismo de los formatos publicitarios obliga a estar atento a las innovaciones que permiten a las marcas destacar delante de los formatos convencionales, siempre que se haga de la forma menos intrusiva posible y respetando la Ley general de publicidad, en concreto por lo que respecta a la publicidad encubierta. Con respecto a la emisión de publicidad, se hará un esfuerzo por captar anunciantes de interés social y por fomentar el tejido productivo valenciano y darle visibilidad”.

Queda por tanto más que acreditado la necesidad de contar con una empresa comercializadora externa, para realizar las tareas de promoción, intermediación, venta, planificación y tráfico publicitario de los soportes de la SAMC que emiten bajo la marca À Punt Mèdia, ya que no se cuenta con los medios humanos ni materiales para cubrir este servicio.

La SAMC se incorporó a los planes de comercialización de Forta, tanto global para la venta conjunta de publicidad de todas las televisiones autonómicas, como individualizada para la venta de publicidad de nivel nacional independientemente de las restantes cadenas autonómicas. Con esto, el servicio de la comercialización de publicidad en el mercado nacional estaría completamente satisfecho, quedando

pendiente los servicios de comercialización de la publicidad en el mercado de ámbito local y regional y los servicios técnicos de planificación y tráfico publicitario.

Con fecha 7/10/2021 se formalizó el contrato de servicios de comercialización de la publicidad en el mercado de ámbito local y regional, y la planificación y tráfico publicitario para la SAMC (EXpte: CNMY21/SAMC/17), con la empresa ALAYANS MEDIA, S.L. con NIF B02733897.

Dicho contrato finaliza el 6 de octubre de 2024 sin posibilidad de prórroga, por lo que existe la necesidad de contratar una empresa que preste los servicios de comercialización local y regional y los servicios técnicos de planificación y tráfico publicitario no se vean interrumpidos.

2. OBJETO DEL CONTRATO

El objeto del presente contrato es establecer las condiciones técnicas por las que se regirá la contratación de una empresa que realice la promoción y venta de los espacios publicitarios de À Punt Mèdia (radio, televisión y medios digitales) en el mercado de ámbito local y regional, así como los servicios técnicos de planificación y tráfico publicitario para la Societat Anònima de Mitjans de Comunicació de la Comunitat Valenciana (SAMC), REF. EXPEDIENTE CNMY24/SAMC/16.

El código C.P.V. asociado al pliego es:

Código C.P.V.	Descripción
79341200	Servicios de gestión publicitaria

3. LISTADO DE SERVICIOS Y OBLIGACIONES ESENCIALES DE LA CONTRATACIÓN

3.1. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL SERVICIO

El contrato de comercialización de la publicidad en el mercado de ámbito local y regional y la planificación y tráfico publicitario, tiene como objetivo cubrir las siguientes necesidades:

A.- Promoción y comercialización de la publicidad local y regional en los soportes de televisión, radio y web-digital de À Punt Mèdia

La empresa adjudicataria realizará los trabajos de promoción y comercialización de los espacios y productos comerciales de À Punt Mèdia, en todos sus soportes y en los mercados local y regional, con las siguientes consideraciones:

Espacios objeto de la comercialización y exclusiones

Serán objeto del contrato, pudiendo el adjudicatario comercializar en exclusiva en el mercado local y regional, los espacios publicitarios disponibles en los soportes de televisión, radio y web-digital de la SAMC. En dichos espacios se podrán comercializar las diferentes tipologías publicitarias permitidas y con las limitaciones y condiciones indicadas en la normativa legal y en los diferentes documentos normativos propios:

- Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad.
- Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual.
- Ley 6/2016, de 15 de julio, de la Generalitat, del Servicio Público de Radiodifusión y Televisión de Ámbito Autonómico de Titularidad de la Generalitat.
- Ley 2/2024, de 27 de junio, de la Generalitat, de la Corporació Audiovisual de la Comunitat Valenciana.
- Ley 1/2006, de 19 de abril, de la Generalitat, del Sector Audiovisual.

- El Mandato Marco aprobado por las Cortes el 9 de febrero de 2017.
- Contrato programa entre el Consell y la CVMC.
- Libro de estilo de la CVMC.
- Código de conducta de la actividad comercial de la CVMC.
- Condiciones generales de contratación publicitaria de la SAMC.

En referencia al ámbito territorial objeto del contrato, se entenderá como mercado local y regional a todos aquellos anunciantes y agencias con sede operativa y de negociación publicitaria en la Comunidad Valenciana, y en referencia a las campañas publicitarias ceñidas única y exclusivamente al ámbito de la Comunidad Valenciana o inferior. Se excluirán en todo caso de estos mercados y por tanto del ámbito del contrato, los anunciantes incorporados en el modelo comercial de FORTA “Newix Media”, definidos como aquellos anunciantes activos en alguno de los dos grandes grupos de cadenas de televisión, Atresmedia y/o Mediaset, en los dos años anteriores.

No obstante, quedan expresamente excluidas del objeto del presente contrato y, en consecuencia, no generarán comisión para el adjudicatario ni computarán a efectos de objetivos publicitarios, las siguientes comunicaciones y campañas publicitarias:

- Los programas y anuncios de autopromoción de la SAMC o de cualquiera de sus productos.
- Las emisiones de publicidad política o social gratuita que formen parte de campañas declaradas de interés público y que no supongan ingresos publicitarios para la SAMC, así como la legalmente destinada a los partidos políticos en los periodos electorales.
- La publicidad derivada de la comercialización de espacios publicitarios a través de la Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicas (FORTA)/ Newix Media.
- La derivada, directa o indirectamente, como contraprestación en los acuerdos de intercambio con otros medios de comunicación o empresas de suministros o servicios en relación con sus propios productos. También quedará excluida la publicidad generada por acuerdos o convenios suscritos con organismos o entidades que tengan que ser directamente negociados por la SAMC.
- El apartado duodécimo del Contrato Programa entre el Consell y la CVMC, especifica que la SAMC podrá gestionar directamente cualquier formato de publicidad institucional de la Administración, así como la venta o distribución de contenidos o productos derivados o de actuaciones adscritas a la obtención de patrocinios. No obstante, es voluntad de la SAMC que la empresa adjudicataria pueda gestionar todo este tipo de campañas, por lo que solamente se excluirán del objeto del presente contrato aquellas en las que la intervención y gestión directa por parte de la SAMC sea imprescindible para poder llegar a acuerdos.
- El Bartering, y la derivada de intercambios en encargos de producción o en derechos de emisión de programas, así como la publicidad que por contrato de producción pueda ser gestionada por las productoras de los programas de À Punt Mèdia.
- Aquella publicidad que resulte contraria a las normas reguladoras establecidas por la CVMC y la SAMC, en ciertos sectores, productos, o por razones coyunturales o de interés social.

B.- Servicios técnicos de gestión publicitaria (planificación, carga en el sistema publicitario y seguimiento), la edición de las pautas publicitarias diarias y todas las tareas propias del tráfico publicitario, incluyendo la gestión de materiales de emisión.

Comprenderán la planificación, gestión y tráfico de todos los spots, cuñas, banners, caretas de patrocinio, telepromociones, publipreportajes y cualquier otra figura publicitaria (convencional y no convencional) para ser emitida en cualquiera de los soportes de À Punt Mèdia. Comprenderán tanto las comercializadas o gestionadas por la adjudicataria de este contrato, como las comercializadas directamente por la SAMC,

las comercializadas por FORTA, por otras entidades comercializadoras, intercambios o las de emisión gratuita aceptadas por la SAMC.

Las tareas de planificación, gestión y tráfico publicitario consistirán en la realización de, al menos, las siguientes prestaciones, que se realizarán en base a las instrucciones de la dirección comercial de la SAMC:

- Recepción y registro de las órdenes de compra y comprobación de su adecuación a los acuerdos comerciales.
- Carga, modificación y anulación de órdenes publicitarias en los sistemas de gestión publicitaria de la SAMC.
- Gestión de las adjudicaciones de campañas a anunciantes y agencias.
- Gestión y coordinación de las acciones especiales a realizar en los diferentes soportes publicitarios de À Punt Mèdia.
- Coordinación en la producción de materiales publicitarios para televisión, radio y web-digital.
- Gestión de todo el proceso de los materiales de emisión: recepción, registro, comprobación de que cumple con los requerimientos técnicos solicitados, edición mínima de spots para su adecuación a los requerimientos técnicos solicitados, ingesta del material de emisión y control de su disposición para la emisión.
- Gestión y optimización de las pautas publicitarias diarias, adecuando la publicidad ordenada (convencional y no convencional) a los bloques publicitarios existentes, a la normativa publicitaria y a las condiciones de compra acordadas (posicionamiento, afinidad en cortes, patrocinios, bloques exclusivos, etc) bajo la supervisión del departamento de publicidad de la SAMC, y su remisión para la emisión.
- Control y seguimiento de campañas publicitarias.
- Gestión de incidencias en la emisión publicitaria.

3.2 CONDICIONES DEL SERVICIO:

- Acción y promoción comercial:

- La empresa adjudicataria se coordinará con la SAMC para la promoción y venta de la publicidad en À Punt Mèdia, a fin de optimizar la gestión de los espacios publicitarios disponibles y obtener siempre las mejores condiciones económicas para la SAMC.
- La SAMC determinará la política comercial a aplicar, oídas las sugerencias de la empresa adjudicataria; esta desarrollará su actividad en base a las instrucciones recibidas de la SAMC pero con independencia profesional. Podrá proponer y aplicar para las operaciones concretas, precios, descuentos y otras circunstancias publicitarias, dentro de las condiciones habituales del mercado y siempre con la autorización y la supervisión de la SAMC.
- Las acciones de promoción comercial de los productos publicitarios y espacios de À Punt Mèdia serán realizadas por la empresa adjudicataria, siempre con la autorización y la supervisión de la SAMC.
- La SAMC deberá remitir a la empresa adjudicataria con la mayor antelación posible la parrilla de programación, la parrilla de bloques publicitarios, información de programas, tarifas, precios y condiciones de contratación publicitaria. Prestará además al contratista todo el apoyo y servicios de asistencia posibles para la correcta ejecución del contrato.
- La empresa adjudicataria deberá procurar que la SAMC reciba el material de emisión según las condiciones técnicas publicadas. Asimismo, deberá procurar y fomentar la emisión

publicitaria en valenciano ofreciendo, en colaboración con la SAMC, el servicio de asesoramiento lingüístico.

- **Tiempo y espacios de emisión publicitaria a disposición de la empresa adjudicataria:**
 - La empresa adjudicataria planificará, junto con el personal técnico que presta sus servicios en la SAMC, el tiempo y espacios publicitarios destinados a la publicidad a comercializar que, en todo caso, deberá de cumplir los criterios legales y los establecidos en los diferentes documentos normativos internos (Libro de estilo de la CVMC, Código de conducta de la actividad comercial de la CVMC y Condiciones generales de contratación publicitaria de la SAMC).

- **Facturación y cobro de las campañas publicitarias:**
 - La contratación publicitaria se realizará de acuerdo con la legislación nacional y autonómica vigente que le sea de aplicación, y las Condiciones generales de contratación publicitaria de la SAMC.
 - El adjudicatario deberá cumplir con todo el proceso administrativo que À Punt Mèdia ha previsto para la gestión comercial; ha de obtener la orden de inserción publicitaria debidamente cumplimentada, y remitirla al departamento comercial. Dicha orden publicitaria será la base de la facturación, conteniendo en la misma todas las condiciones comerciales y económicas a aplicar, así como los recargos y descuentos, tanto comerciales como, si los hubiera, financieros y de agencia.
 - La SAMC facturará periódicamente y directamente al cliente (anunciante o agencia de publicidad) el importe emitido en base a las condiciones pactadas en el contrato y la orden publicitaria, informando previamente a la emisión de la factura al adjudicatario, para que este de su conformidad con los datos resultantes.
 - Los clientes abonarán directamente las facturas a la SAMC, pero el adjudicatario deberá de velar y prestar toda su destreza para que las campañas se puedan cobrar a su debido tiempo, controlando los cobros anticipados y el afianzamiento de las campañas, y realizando las gestiones de cobro acordadas con la SAMC.
 - Las remuneraciones a los operadores del mercado distintas a los descuentos de agencia en factura (primas de producción, rappels y cualquier otra) serán fijadas, conforme a las condiciones del mercado, por la SAMC. Los pagos de tal remuneración a los operadores de mercado los realizará la SAMC.

- **Coordinación y control:**
 - La empresa adjudicataria deberá rendir cuentas periódicamente a la dirección comercial de la SAMC.
 - Se comunicará la información comercial que se disponga y acumule en las actuaciones comerciales en la ejecución del contrato, con indicación sobre la promoción y prospección del mercado realizada, las gestiones comerciales llevadas a cabo e incluso de las actuaciones que no se hayan concretado en ventas. Se consensuará la forma en que se entregarán los mencionados informes con la actividad comercial realizada con carácter semanal. Se podrán

planificar reuniones semanales para la coordinación, seguimiento y control de la acción comercial.

- Se planificarán reuniones diarias para la coordinación de los servicios técnicos de gestión publicitaria.

- Oferta técnica y adscripción de medios

La empresa adjudicataria deberá adscribir a la ejecución del contrato los siguientes medios personales y materiales para una correcta ejecución de los servicios a prestar:

Medios personales:

- **Para el servicio de promoción y comercialización de la publicidad regional y local:** Un responsable o interlocutor del contrato, que cuente con la titulación de Publicidad y Relaciones Públicas o equivalente y con una experiencia mínima de 10 años en trabajos en el mercado publicitario.

Se deberá acreditar con la aportación del Currículum Vitae, de cada uno de los profesionales requeridos en el que se indiquen los requisitos indicados.

- **Para el servicio de promoción y comercialización de la publicidad regional y local:** Un equipo comercial de, como mínimo, dos profesionales, que cuenten cada uno de ellos con una experiencia mínima de 5 años de trabajo en el mercado publicitario.

Este equipo comercial deberá poder llegar a los mercados regionales y locales de Castellón, València y Alicante.

Se deberá acreditar con la aportación del Currículum Vitae, de cada una de los profesionales requeridos en el que se indiquen los requisitos indicados.

- **Para los servicios técnicos de gestión publicitaria:** Dos profesionales a jornada completa (37,5 horas semanales a distribuir según las necesidades de la realización del servicio), que cuenten cada uno de ellos, al menos con 2 años de experiencia en la gestión y planificación publicitaria en televisión, radio y web-digital.

Para la prestación de estos servicios técnicos de gestión publicitaria, la SAMC pondrá a disposición de la empresa adjudicataria, en su centro de producciones de Burjassot, un espacio suficiente y adecuado para poder realizar el servicio eficientemente, así como todo el mobiliario, equipo informático y acceso a las aplicaciones informáticas necesarias para el desempeño del puesto de trabajo.

La empresa adjudicataria deberá retribuir al personal que presta los servicios técnicos de gestión publicitaria de acuerdo a alguna de las categorías equivalentes en la SAMC (administrador u operador de equipos, Categoría C1 14 019). La empresa adjudicataria deberá remitir mensualmente el documento TC2 que justifique la adecuación de los profesionales que presten estos servicios técnicos.

Se deberá acreditar con la aportación del Currículum Vitae, de cada una de los profesionales requeridos en el que se indiquen los requisitos indicados.

La SAMC se reserva el derecho de solicitar la sustitución de cualquiera de las personas asignadas al servicio por cuestiones objetivas y justificadas, debiendo la empresa sustituirla en un plazo máximo de un mes desde su comunicación por otro técnico del mismo nivel requerido en el presente pliego, y ofertado por el adjudicatario y consensuado con la SAMC. Se deberán cubrir las posibles bajas prolongadas del personal con técnicos del mismo nivel ofertado por el adjudicatario.

Medios materiales:

- Oficina Comercial en la ciudad de València o en su área metropolitana.

Se deberá acreditar esta circunstancia mediante cualquier documento oficial que acredite la posesión de una oficina comercial en la ciudad de València o en su área metropolitana.

- Equipamiento informático suficiente para la conexión con los sistemas de gestión de À Punt.

Se deberá acreditar esta circunstancia mediante certificados o facturas.

- **Condiciones generales a cumplir por los recursos profesionales utilizados.**

- El personal que preste los servicios solicitados dependerá exclusivamente de la empresa adjudicataria, que ostentará los derechos y obligaciones laborales y sociales.
- La empresa adjudicataria de los servicios velará por la estabilidad en el equipo profesional adscritos a los servicios, intentando que no se produzcan variaciones en su composición salvo por razones justificadas.
- La empresa adjudicataria tendrá el poder de dirección sobre el equipo profesional que realice los servicios. Negociará y pagará los salarios, los permisos y vacaciones, las sustituciones en caso de bajas laborales, el abono de las cotizaciones a la Seguridad Social y otras obligaciones sociales, las obligaciones legales en materia de prevención de riesgos laborales, así como cuantos derechos y obligaciones se deriven de la relación contractual entre la empresa adjudicataria y sus trabajadores.

- **Remuneración al adjudicatario**

Para la remuneración por los servicios de promoción y comercialización de la publicidad local y regional en los soportes de televisión, radio y web-digital de À Punt Mèdia, se aplicarán las siguientes condiciones:

En la remuneración de los servicios se diferenciará la inversión publicitaria realizada en televisión, de la inversión publicitaria realizada en radio y web. A cada modalidad de inversión publicitaria se le aplicará el porcentaje ofertado por la empresa adjudicataria.

Para el cálculo de la cifra de inversión, se tendrán en cuenta las cifras de inversión de las campañas de las consejerías, organismos, fundaciones y empresas públicas dependientes de la Generalitat Valenciana (cifra GVA), aunque el importe de dichas campañas gestionadas por el licitador será retribuido al tipo único del 12,5%.

- Inversión publicitaria en televisión. La remuneración por el servicio consistirá en una comisión en base a la oferta presentada por la empresa adjudicataria, con un máximo del 18% sobre la inversión, excluida la cifra GVA.
- Inversión publicitaria en radio más inversión publicitaria en web. La remuneración por el servicio consistirá en una comisión en base a la oferta presentada por la empresa adjudicataria, con un máximo del 20% sobre la inversión excluida la cifra GVA.

La base de la remuneración será la inversión publicitaria (neta de abonos y provisiones por insolvencias) promovida por la empresa adjudicataria, facturada por la SAMC. La SAMC comunicará mensualmente la información referente a facturación, así como las facturas rectificativas y provisiones por insolvencias practicadas, si las hubiere, así como la comisión correspondiente; la empresa adjudicataria girará la factura correspondiente.

Para la remuneración por los servicios técnicos de gestión publicitaria (planificación, carga en el sistema publicitario y seguimiento), la edición de las pautas publicitarias diarias y todas las tareas propias del tráfico publicitario, incluyendo la gestión de materiales de emisión, se estará a la propuesta presentada por la empresa adjudicataria.

Esta oferta no podrá estar por debajo del costo bruto total (sueldos y gastos sociales) equiparables a categorías laborales administrativas y de operadores de equipos en À Punt Mèdia (Categoría C1 14 019). Toda oferta que incumpla este precepto será excluida de valoración. Para su control, la empresa adjudicataria estará obligada a presentar mensualmente los modelos TC2 donde quede debidamente justificada esta circunstancia.

- **Incompatibilidades**

La empresa adjudicataria se obligará, durante el plazo de ejecución del contrato, a gestionar diligentemente la venta y gestión de los espacios publicitarios de À Punt Mèdia; para ello no podrá comercializar espacios publicitarios de otros soportes que puedan detraer claramente inversión publicitaria de À Punt Mèdia.

- **Ejecución del contrato (principios, dirección y supervisión, comisión mixta)**

La empresa adjudicataria designará un representante que mantendrá el contacto y las relaciones con la dirección comercial de la SAMC. Se podrá constituir una Comisión Mixta que supervise el cumplimiento del contrato, conociendo de las posibles incidencias en la ejecución del contrato, de la configuración de la política comercial, de los espacios publicitarios y de cambios sustanciales en el mercado publicitario y en el método de gestión publicitaria. La Comisión se reunirá cuando una de las partes lo solicite.

- **Confidencialidad**

La empresa adjudicataria deberá guardar el secreto y la confidencialidad de todos los datos e informaciones en relación con los servicios contratados, subsistiendo dicha obligación aun habiendo finalizado el contrato. La empresa adjudicataria será responsable del cumplimiento de las obligaciones de confidencialidad por parte del personal a su servicio, o de sus colaboradores o subcontratas.

- **Liquidación de contrato**

Al finalizar el contrato, una vez confirmada y aprobada por la SAMC la cifra de inversión publicitaria neta realizada, se practicará la liquidación del contrato conforme a los siguientes conceptos:

- Cifra de inversión publicitaria neta realizada.
- Posibles provisiones y contingencias a aplicar.
- Los importes pendientes de facturas rectificativas (abonos) realizados a los clientes.
- Comisiones aplicables conforme al escalado de remuneraciones de la oferta adjudicada.
- Servicios técnicos de gestión publicitaria prestados.

Las órdenes publicitarias formalizadas con fecha anterior al final del contrato, en poder de la SAMC, pero emitidas y facturadas en fechas posteriores a la finalización del mismo, devengarán comisión para la empresa adjudicataria, y computarán a efectos de cifra de inversión publicitaria.

La SAMC retendrá de los saldos de comisiones y facturas por servicios técnicos pendientes de pago (así como de la fianza) cantidad suficiente para poder descontar las comisiones generadas y pagadas por ventas realizadas y facturadas por la SAMC y que resultaran incobrables.

El contrato se entenderá completamente liquidado cuando todas las órdenes publicitarias promovidas por la empresa adjudicataria estén facturadas y cobradas o provisionadas, y las comisiones devengadas y servicios técnicos prestados, facturados y pagados.

4. LUGAR DE EJECUCIÓN DEL CONTRATO

Los servicios detallados en las letras A (promoción y comercialización) del punto 3.1 (servicios a prestar), se prestarán en las dependencias de la empresa adjudicataria; no obstante, al menos semanalmente, además de cuando las circunstancias lo aconsejen, se realizarán reuniones de seguimiento y control en las dependencias de la SAMC. El personal responsable de la SAMC acompañará al personal de la empresa adjudicataria a aquellas reuniones con clientes que por su importancia, sea aconsejable su presencia.

Los servicios detallados en la letra B (servicios técnicos de gestión publicitaria) del mismo punto 3.1, se prestarán en las dependencias de la SAMC.

5. PLAZO DE EJECUCIÓN

El plazo de ejecución de los servicios será a partir de la formalización del contrato o la fecha de inicio que se establezca en el mismo, hasta el 31 de diciembre de 2024 o hasta agotar presupuesto, sin posibilidad de prórroga.

6. FACTURACIÓN Y RÉGIMEN DE PLAZOS PROPUESTO

La empresa adjudicataria emitirá factura o facturas mensualmente por el importe de las comisiones devengadas y los servicios técnicos efectivamente prestados, tras la comunicación por parte de la SAMC de la base mensual de la remuneración y su comisión correspondiente, y la certificación de los servicios técnicos prestados. El pago de dicha factura se realizará dentro de los plazos legales.

La factura será emitida, conforme a lo establecido por el Real Decreto 1619/2012, de 30 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento por el que se regulan las obligaciones de facturación, una vez se expidan las certificaciones o documentos correspondientes que acrediten la entrega y conformidad del material y cantidad suministrada.

El pago de las facturas se efectuará de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 198 del LCSP y el Pliego de Condiciones Administrativas Particulares (PCAP).

7. DOCUMENTACIÓN A PRESENTAR

La SAMC podrá solicitar cualquier documentación técnica, aclaración por escrito o certificación complementaria que considere necesaria con el fin de validar la propuesta presentada.

Es requisito indispensable incluir en la oferta toda la documentación solicitada para la correcta evaluación de la misma. Se rechazarán las ofertas que puedan constituir una mera declaración intencional del cumplimiento de lo solicitado, sin determinar específica y detalladamente cómo se van a realizar los requerimientos de este pliego.

Las empresas licitadoras deberán presentar la siguiente documentación:

A) Fase de Licitación:

SOBRE 1

1) Documentación administrativa: Se presentará la documentación relativa a los requerimientos administrativos que figuran en el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares (PCAP), entre ellos, se presentará en todo caso:

- Anexo III – Modelo de declaración responsable, íntegramente cumplimentado y firmado.
- Anexo VII – Modelo de compromiso de unión temporal de empresas. En caso de NO presentarse como UTE, también se presentará este anexo, sin cumplimentar, o con el comentario de “No aplica”, y firmado.
- Anexo VIII – Cláusula de Confidencialidad, íntegramente cumplimentado y firmado.

2) Documentación para valorar el Criterio Juicio de Valor.

Se deberá presentar la oferta técnica, en la que se diferencien la descripción de los dos servicios a prestar:

- a) Criterio Oferta técnica del servicio de promoción y comercialización de la publicidad local y regional en los soportes de televisión, radio y web-digital de À Punt Media.

Esta oferta deberá incluir, de acuerdo con lo establecido en el Apartado D y LL del PCAP:

- Propuesta de coordinación de la acción comercial con la dirección y el departamento comercial de la SAMC, así como medidas y herramientas de control propuestas.
- Propuesta de conocimiento del mercado publicitario valenciano demostrado por la empresa licitadora (no por su equipo comercial, y por tanto no deben incluirse sus currículums en esta documentación), y en concreto, en los soportes de televisión, radio y web y el conocimiento demostrado por la empresa en el informe técnico de À Punt Mèdia y su producto comercial.
- Propuesta táctica presentada por la empresa relacionado con la acción de venta de los productos publicitarios de À Punt Mèdia.

- b) Oferta técnica de los servicios técnicos de gestión publicitaria.

Esta oferta deberá incluir, de acuerdo con lo establecido en el Apartado D y LL del PCAP:

- Planteamiento general de la prestación del servicio solicitado.
- Currículum del equipo propuesto para los servicios técnicos de gestión publicitaria (NO del equipo comercial de promoción), para la valoración del perfil del equipo propuesto y formación

relacionada con el servicio solicitado.

SOBRE 2

- 1) **OFERTA ECONÓMICA Y CRITERIOS EVALUABLES MEDIANTE LA MERA APLICACIÓN DE FÓRMULAS.** Incluye la oferta de comisiones para campañas no institucionales, la oferta económica para los servicios técnicos de gestión publicitaria, así como las declaraciones responsables para obtener, en su caso, la puntuación de los criterios 2, 3 y 4.

B) Fase de Adjudicación

La empresa preadjudicataria presentará documentación acreditativa de los requisitos declarados en la Declaración Responsable del Anexo III relativos a la capacidad de obrar, solvencia económica y financiera, solvencia técnica o profesional y la justificación de cumplimiento de los criterios de experiencia del equipo comercial de ventas y de criterios de experiencia comercial en el mercado valenciano.

C) Fase de Ejecución

Una vez producida la adjudicación, la empresa adjudicataria deberá especificar una **persona de contacto** que actuará como interlocutor y se encargará de organizar la ejecución de los servicios objeto del presente pliego.

**Director General de la Societat Anònima
de Mitjans de Comunicació de la Comunitat Valenciana**

Alfred Costa Folgado