



Sociedad Proyectos Temáticos de la Comunidad Valenciana, s.a.

**MEMORIA JUSTIFICATIVA DE NECESIDAD PARA LA CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS PROFESIONALES DE UNA AGENCIA DE MEDIOS PARA LA DIFUSIÓN PÚBLICA DE LAS CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL DEL DISTRITO DIGITAL COMUNIDAD VALENCIANA.**

**EXPEDIENTE DD/006/18.**



Sociedad Proyectos Temáticos de la Comunidad Valenciana, s.a.

## 1.- Objeto del contrato.

Constituye el objeto de estas bases las condiciones técnicas que rigen la **planificación en medios, compra de espacios, difusión y seguimiento de las campañas de publicidad institucional** del Distrito Digital Comunidad Valenciana.

## 2. Naturaleza y extensión de las necesidades que pretenden cubrirse.

La Sociedad Proyectos Temáticos de la Comunidad Valenciana, SAU (en adelante SPTCV) es la empresa pública de la Generalitat encargada de la creación y puesta en marcha del Distrito Digital Comunidad Valenciana. Ubicado en la provincia de Alicante, su objetivo es el de impulsar el cambio del modelo productivo actual por un modelo basado en la tecnología y la digitalización.

“Distrito Digital Comunidad Valenciana” es una marca genérica que engloba diversos programas, algunos de los cuales ya se están tramitando y otros se generarán en el futuro. Actualmente, los proyectos ligados al Distrito Digital Comunidad Valenciana son tres:

### - Plan de atracción de empresas.

Se trata de un plan de estímulo clásico para atraer empresas nacionales e internacionales mediante la concesión de un incentivo para su implantación en el territorio designado. Se pretende así que las empresas que se acojan al programa se instalen en el Distrito Digital con el objetivo de que buena parte de ellas permanezcan en él tras el periodo de vigencia del incentivo.

### - Programa de Gaming y eSports.

La SPTCV en el desarrollo del Distrito Digital Comunidad Valenciana desarrollará una unidad de negocio en el sector del gaming y los eSports. En este ámbito, el Distrito Digital Comunidad Valenciana trabajará en el impulso y promoción de pequeñas empresas y microempresas a través de una incubadora de empresas así como mediante la puesta en marcha de programas de formación, desarrollo y consolidación de empresas, patrocinio, etc...

### - Eventos.

La tercera propuesta que completa el plan inicial de desarrollo del distrito Digital Comunidad Valenciana es la realización de eventos relacionados con el mundo digital, tales como ferias,



Sociedad Proyectos Temáticos de la Comunidad Valenciana, s.a

convenciones, workshops, demostraciones, etc.

Ante estos nuevos proyectos a implantar en el Distrito digital, la SPTCV plantea la elaboración de un Plan de Medios en el que se prevea la inserción de espacios publicitarios e informativos en diferentes medios de comunicación con el objetivo de conseguir la máxima promoción y difusión de los servicios, actividades y programas de los que podrán beneficiarse y hacer uso los ciudadanos dentro del marco del Distrito Digital Comunidad Valenciana y conforme a lo especificado en la Ley 12/2018, de 24 de mayo, de la Generalitat, de publicidad institucional para el interés ciudadano y la concepción colectiva de las infraestructuras públicas. Para ello, la empresa adjudicataria de este expediente habrá de realizar los siguientes trabajos:

- La empresa adjudicataria contará con un plazo de siete (7) días naturales tras la firma del contrato y la realización del briefing por SPTCV para diseñar la estrategia definitiva en medios y presentar el plan global de medios del Distrito Digital para el periodo correspondiente al plazo de ejecución del contrato. Este plan contemplará de manera general la promoción y difusión de las tres líneas actuales de trabajo del Distrito Digital (plan de atracción de empresas, programa de gaming y eSports, Eventos). Posteriormente, este plan se desglosará en diversas campañas publicitarias concretas en función de la evolución de la actividad del Distrito Digital. La empresa adjudicataria realizará los planes de medios específicos para cada una de las campañas que se determinen modificando, si fuera necesario, el plan global de medios en función de las necesidades estratégicas de cada una de las campañas particulares.
- El plan de medios global incluirá la justificación de las acciones propuestas así como una evaluación teórica de los resultados que se obtendrán con dichas acciones.
- Reserva de espacios, intermediación y compra en los medios establecidos en los planes de medios.
- Coordinación con el servicio de creatividad de SPTCV para la emisión y registro de las peticiones de artes finales de cada una de las inserciones contratadas, y envío de estas a los medios correspondientes.
- Contratación y gestión de la producción e instalación y desinstalación de la publicidad en soportes exteriores.
- Seguimiento de la difusión de publicidad. La empresa adjudicataria deberá facilitar informes de gestión publicitaria en cualquier momento comprensivos de la distribución y análisis de



Sociedad Proyectos Temáticos de la Comunidad Valenciana, s.a.

inversión por medio, soporte y periodos de tiempo, así como el número de inserciones por medio y soporte.

- Una vez finalizadas las acciones contratadas, el adjudicatario presentará la documentación, en la versión definitiva con la siguiente información:
  - Plan global de medios y plan de medios específicos para cada una de las campañas efectuadas.
  - Memoria de trabajos realizados.
  - Resultado de cada una de las acciones (GRP'S, OTS, cobertura, total de contactos...).
  - Coste desglosado.

### 3. Idoneidad del objeto y contenido del contrato para satisfacer las necesidades.

Se estima que realizando esta contratación, se satisface plenamente el alcance de todas Las necesidades recogidas en el punto anterior, resultando idónea la contratación y su objeto para satisfacer dichas necesidades.

### 4. Precio la Licitación y lotes.

SPTCV ha redactado el correspondiente Pliego de Prescripciones Técnicas que recoge la definición y condiciones en los que se ofrecerán estos servicios. En base a lo dispuesto en el artículo 99 de la LCSP se hace constar expresamente que el expediente no se ha subdividido en lotes al tratarse de un único servicio de elaboración e implementación del plan de medios del Distrito Digital.

**Precio licitación estimado: cuatrocientos veinticinco mil euros sin IVA (425.000,00€), + 21% IVA (89.250€), total con IVA quinientos catorce mil doscientos cincuenta euros (514.250,00€).**

#### Justificación precio.

Para llevar a cabo la promoción de estas actividades se han estimado los siguientes gastos aproximados en publicidad:

- Prensa escrita: 246.500€ (58% de la inversión global en medios).

Esta categoría incluye publicidad en prensa escrita generalista de ámbito nacional, prensa económica de ámbito nacional, prensa escrita y otras publicaciones en papel de ámbito autonómico, prensa escrita y otras publicaciones en papel de ámbito local/comarcal/provincial.

- Prensa exclusivamente digital: 85.000€ (20% de la inversión global en medios).



Sociedad Proyectos Temáticos de la Comunidad Valenciana, s.a.

Esta categoría incluye todas aquellas publicaciones que, emulando la prensa escrita tradicional (incluida en el apartado anterior), sin embargo tiene como único soporte el medio online.

- Televisión: 43.000€ (10% de la inversión global en medios).

Esta categoría incluye televisión autonómica y local/comarcal. Se excluye la televisión de ámbito nacional pues sus precios son demasiado elevados por lo que su inclusión en el plan de medios no sería eficaz.

- Radio: 17.000€ (4% de la inversión global en medios).

Esta categoría incluye radio con cobertura autonómica y local/comarcal. Se excluye la radio de ámbito nacional pues sus precios son demasiado elevados por lo que su inclusión en el plan de medios no sería eficaz.

- Otros soportes digitales: 17.000€ (4% de la inversión global en medios).

Se incluye en esta categoría los buscadores, las redes sociales, los portales, las guías de ocio, y otras páginas y recursos digitales de interés para el público objetivo de esta campaña.

- Soportes de publicidad exterior: 17.000€ (4% de la inversión global en medios).

Se incluyen en esta categoría la publicidad en autobuses, banderolas, mupis y marquesinas.

Esta distribución de porcentajes supone una primera aproximación a lo que podría ser el plan de medios del Distrito Digital Comunidad Valenciana. No obstante, podrá verse modificada por en función de las recomendaciones ofrecidas en el plan de medios definitivo elaborado por la empresa adjudicataria, así como por razones estratégicas sobrevenidas a lo largo del plazo de ejecución del contrato. En cualquiera de los casos, el presupuesto global del contrato permanecerá estable.

## 5. Plazo de ejecución.

El plazo de ejecución del contrato será de un año a contar a partir de la firma del contrato..

## 6. Insuficiencia de medios personales.

Estos servicios no pueden ser cubiertos con el personal disponible en la SPTCV.

## 7. Procedimiento de adjudicación.

Según el artículo 17 de la LCSP, el presente contrato es un contrato de servicios.

El contrato se adjudicará mediante procedimiento abierto. Se seleccionará la oferta más ventajosa en su conjunto, considerándose que debe buscarse la mayor concurrencia de empresarios en la



Sociedad Proyectos Temáticos de la Comunidad Valenciana, s.a.

contratación, siendo conveniente el procedimiento abierto previsto en los artículos 157 y siguientes de la LCSP.

#### **8. Existencia de Presupuesto suficiente.**

Se tramita a expensas del informe del Director Económico y Financiero que indique la disponibilidad de presupuesto adecuado y suficiente para la contratación del contrato.

La exigibilidad del pago del precio será en varias percepciones determinadas desde la fecha en que se concluya la prestación de cada una de las campañas publicitarias a realizar por el adjudicatario. Este expedirá factura a la conclusión de dichas campañas efectivamente realizadas, por importe de los servicios prestados. Dicho importe se calculará en función del valor de las campañas efectivamente realizadas y concluidas afectadas por el porcentaje de baja ofertado por el adjudicatario para cada tipo de medio de difusión aplicado a la tarifa para cada caso vigente.

#### **9. Tipo de procedimiento propuesto para la adjudicación del contrato.**

Según el artículo 17 de la LCSP, el presente contrato es un contrato de servicios.

#### **10. Criterios de adjudicación.**

**10.1. Criterios cuya valoración depende de un juicio de valor:** No existe.

**10.2. Criterios evaluables de forma automática o cuantificables por aplicación de fórmulas.**

La adjudicación del contrato objeto de este procedimiento se realizará a la proposición económica más ventajosa, en función de los criterios de valoración que se detallan en el presente Pliego.

La puntuación se distribuye de manera ponderada entre los descuentos ofrecidos en los diversos soportes publicitarios. Esta ponderación se basa en una primera aproximación a la inversión que, presumiblemente, se realizará en cada uno de los soportes. La inversión final en cada tipo de soportes podrá diferir de la prevista en este pliego por motivos estratégicos derivados de los planes de medios definitivos.

Los porcentajes de ponderación que se aplicarán para la adjudicación son los siguientes:

<b>Tipo de soporte</b>	<b>Porcentaje de ponderación</b>
Porcentaje total de descuento que se aplicará sobre el volumen de inserciones a realizar en la categoría de prensa escrita (papel y digital)	<b>60</b>
Porcentaje total de descuento que se aplicará sobre el volumen de inserciones a realizar en la categoría de prensa escrita exclusivamente digital	<b>20</b>
Porcentaje total de descuento que se aplicará sobre el volumen de	<b>10</b>



Sociedad Proyectos Temáticos de la Comunidad Valenciana, s.a.

inserciones a realizar en la categoría de televisión	
Porcentaje total de descuento que se aplicará sobre el volumen de inserciones a realizar en la categoría de radio	5
Porcentaje total de descuento que se aplicará sobre el volumen de inserciones a realizar en soportes de publicidad exterior	5

La valoración en cada uno de estas categorías (tipo de soporte) se efectuará de la siguiente forma:

Para cada tipo de soporte, la puntuación máxima se otorgará a la oferta que ofrezca el mayor descuento, otorgándose al resto de ofertas la puntuación que proporcionalmente corresponda en relación con la puntuación y descuentos máximos.

**Fórmula:** % descuento oferta / % descuento máximo x puntuación medio

La puntuación final obtenida por cada licitador será la suma de las puntuaciones obtenidas en cada uno de los tipos de soporte evaluados, resultando la mejor oferta aquella que obtenga la mayor puntuación.

#### **11.-Criterios de solvencia económica financiera y técnica o profesional.**

11.1. Criterio Solvencia Económica Financiera: El volumen anual de negocios del licitador que referido al año de mayor volumen de negocio de los tres últimos concluidos deberá ser al menos una vez y media el valor estimado del contrato.

Seguro de indemnización por riesgos profesionales vigente hasta el fin del plazo de presentación de ofertas junto con un compromiso de renovación o prórroga del mismo que garantice el mantenimiento de su cobertura durante toda la ejecución del contrato por importe de 300.000,00 €.

11.2 Criterio solvencia técnica o profesional. Relación de los principales servicios o trabajos realizados en los últimos tres años del mismo tipo o naturaleza al que corresponde el objeto del contrato, avalados por certificados de buena ejecución.

Indicación del personal técnico o de las unidades técnicas, integradas o no en la empresa, participantes en el contrato, especialmente aquellos encargados del control de calidad.

Alicante, 18 de julio de 2018  
Director Adjunto de SPTCV

Rufino Selva

