

MEMORIA JUSTIFICATIVA DEL CONTRATO DE SERVICIOS DE DISEÑO Y EJECUCIÓN DE CAMPAÑAS DE EVENTOS CON MEDIOS PARA VALENCIA ACTIVA.

ANTECEDENTES

Valencia Activa es una iniciativa impulsada por el Ayuntamiento de Valencia, cuyo objetivo principal es la promoción del empleo y el emprendimiento en la ciudad. Valencia Activa se encarga de coordinar y ejecutar programas y acciones que fomenten el desarrollo económico y social, contribuyendo a la creación de empleo de calidad y al apoyo a las iniciativas emprendedoras. Dentro de sus funciones se incluyen la formación, la orientación laboral, el apoyo a la creación y consolidación de empresas, así como la promoción de la atracción de inversiones.

En el ámbito de la comunicación, Valencia Activa desempeña un papel crucial en la difusión de sus programas y actividades, tanto a nivel local como internacional. La estrategia de comunicación de Valencia Activa se enfoca en destacar los valores de compromiso social, utilizando diversos canales y formatos para llegar a un público amplio y diverso. Esto incluye la elaboración de contenidos, la organización de eventos y la estrecha colaboración con los medios de comunicación para amplificar los mensajes hacia la ciudadanía.

La comunicación efectiva de las acciones y logros de Valencia Activa no solo incrementa la visibilidad de sus iniciativas, sino que también contribuye a inspirar y movilizar a la ciudadanía, las empresas y las instituciones hacia la consecución de los objetivos compartidos de sostenibilidad y desarrollo económico.

En este contexto, la contratación de servicios de diseño de estrategias creativas de comunicación y el diseño y ejecución de un plan de medios, son esenciales para garantizar que Valencia Activa pueda cumplir con su misión de manera eficaz y eficiente, consolidando su imagen como un referente en innovación en materia de empleo a nivel europeo.

1.- OBJETO DEL CONTRATO.

El objeto del presente pliego es la contratación de servicios de diseño de campaña de comunicación a través de la organización de eventos con los medios de comunicación para visibilizar las distintas acciones de Valencia Activa de cara a fomentar el desarrollo económico social de la ciudad de València.

Los objetivos del contrato son:

- Potenciar la imagen de València como ciudad innovadora en materia de empleo y emprendimiento.
- Dar a conocer y difundir la imagen de Valencia Activa, destacando sus valores y compromiso con la innovación en materia de empleo y emprendimiento.
- Diseñar y ejecutar una campaña estratégica de comunicación que responda a los retos de Valencia Activa en materia de empleo a través de la potenciación de la visibilidad mediante la difusión de su actividad a través de los medios de comunicación y los medios propios de Valencia Activa.
- Dar visibilidad a las acciones y eventos que se realicen en el marco de Valencia Activa a través del diseño de diferentes contenidos adaptados a los canales más pertinentes de cara a generar el mayor impacto con especial interés en aquellos públicos objetivo más interesados en temas de empleo.
- Diseño y gestión de un plan de medios basado en la organización de eventos con los medios de comunicación con la finalidad de potenciar la participación y el fomento de sinergias y colaboraciones entre los agentes sociales, económicos y académicos de València para conectar principalmente con la población joven que busca su primera oportunidad laboral.

2.- . TRABAJOS QUE REALIZAR:

2.1.- Servicios de diseño de la estrategia de la campaña de comunicación.

Se desarrollarán, como mínimo, los siguientes servicios de diseño y ejecución de campañas de comunicación:

- Definición de la estrategia creativa de comunicación de la campaña de Valencia Activa para poner en valor las acciones en materia de creación de empleo y emprendimiento previstas para Valencia Activa.
- Diseño de la línea gráfica de la campaña y los contenidos adaptados a los distintos medios de comunicación.

2.2.- Diseño y ejecución de un plan de eventos con medios de comunicación

El objetivo del plan de medios persigue conectar con la franja de población fundamentalmente basada en la ciudadanía que busca su primera oportunidad de empleo tras finalizar su etapa académica.

Para ello, la empresa adjudicataria se encargará de ofrecer un servicio integral de planificación de medios, que incluirá desde la fase de diseño hasta el análisis de resultados tras finalizar cada fase de ejecución del plan de medios a través de cada evento con los medios de comunicación.

Adicionalmente, deberá cumplir con las propuestas especificadas en su oferta. Este servicio abarcará el desarrollo de todas las actividades necesarias para el diseño y la correcta organización de los eventos, incluyendo actividades previas, durante el transcurso del evento y posteriores al mismo.

Para el desarrollo de los servicios, se llevarán adelante los siguientes tipos de eventos dirigidos a conectar y fomentar la participación de jóvenes en busca de empleo:

- **Diseño, organización y producción de los eventos con los medios de comunicación generalistas.**

- **Diseño, organización y producción de los eventos con los medios de comunicación verticales o especializados.**

- Establecimiento de **objetivos medibles** a alcanzar que definan los diferentes públicos objetivos a los que se pretende llegar y el alcance de las actuaciones maximizando su repercusión e impacto.

- **Informe mensual** de ejecución del Plan de medios.

- Sistema de envío de **clipping diario de lunes a viernes a las 08:00** con todas las informaciones y noticias de interés para la actividad de Valencia Activa relacionadas con empleo y emprendimiento.

- **Sistema y metodología de reporte para el seguimiento a tiempo real** de la ejecución de la campaña de comunicación.

Para lograr dicho objetivo, y que las potenciales personas beneficiarias estén informadas de los programas y servicios que ofrece la Fundación, resulta fundamental realizar una labor de difusión de las acciones llevadas a cabo con el objetivo de lograr un mayor conocimiento de la población de las políticas públicas que ejecuta esta Fundación, y que el mayor número de personas puedan beneficiarse de las mismas. Por este motivo se precisa contar con unos diseños adecuados que permitan dar a conocer de una manera efectiva los distintos servicios y programas de la fundación de manera adecuada a sus personas destinatarias.

Por ello, y ante la falta de medios personales y conocimiento especializado para el desarrollo de estas campañas en la Fundación y, en consonancia con lo dispuesto en el artículo 116 y 28 LCSP, entendemos que resulta necesario para su ejecución y alcanzar los fines institucionales que tiene encomendada la Fundación València Activa del Pacto para el Empleo de la ciudad de València -Comunitat

Valenciana, acudir a la contratación externa del servicio de diseño de campañas publicitarias para comunicar de manera eficaz nuestras acciones, adecuándose a los distintos tipos de públicos a los que se dirigen.

3.- JUSTIFICACIÓN DE LA ELECCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 159.1 b) LCSP, el contrato se adjudicará por procedimiento abierto simplificado, y se llevará a cabo atendiendo a una pluralidad de criterios de adjudicación, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 145 y 146 LCSP; de manera que los criterios relacionados con la calidad deberán representar, al menos, el 51% de la puntuación asignable en la valoración de las ofertas, sin perjuicio de lo dispuesto en el apartado 2 a) del artículo 146 LCSP, en el procedimiento abierto simplificado, se deberán respetar además las ponderaciones del artículo 159 LCSP.

Para la opción escogida de procedimiento abierto simplificado, hay una regla especial: si se incluyen criterios evaluables mediante juicio de valor su ponderación no podrá superar el 25 % del total, conforme al artículo 159.1 b).

Por razón del Valor Estimado, y al efecto de dotar de la mayor celeridad posible se opta por el PAS.

4.- CLASIFICACIÓN

Códigos de clasificación CPV 79341400-0 - Servicios de campañas de publicidad
CPV 79341200 y 79341400.

5.- CAPACIDAD SOLVENCIA DEL LICITADOR

5.1 Capacidad.

Sólo podrán contratar con el sector público las personas naturales o jurídicas, españolas o extranjeras, que tengan plena capacidad de obrar, no estén incurso en alguna prohibición de contratar y acrediten su solvencia de acuerdo con el punto **22 del cuadro resumen**. Para ser admitidos a participar en el procedimiento, de acuerdo con el art. 159.4.c) de la LCSP los licitadores deben presentar una declaración responsable de que cumplen las condiciones establecidas legalmente para contratar con la Administración, cumplimentando la declaración responsable de acuerdo con el modelo del Anexo 1 de este pliego.

El licitador que haya presentado la oferta que tenga mejor relación calidad-precio deberá acreditar ante el órgano de contratación, previamente a la adjudicación del contrato, la posesión y validez de los documentos que haya declarado tener y se le requieran, acreditativos de los requisitos exigidos. En todo caso, y siempre que no se limite la concurrencia, deberá estar inscrito en el Registro Oficial de Licitadores y Empresas Clasificadas del Sector Público en la fecha final de presentación de ofertas.

Por otra parte, no pueden concurrir a la licitación aquellas empresas que hubieren colaborado en la definición del PPT, o de los documentos preparatorios del contrato, siempre que dicha participación pueda restringir la libre concurrencia o darle un trato privilegiado con respecto al resto de los/as licitadores/as.

La adjudicación del contrato en favor de persona física o jurídica que carezca de capacidad de obrar o de solvencia, o que se halle comprendida en alguno de los supuestos del artículo 71 de la LCSP, es nula de pleno derecho. No obstante, la Administración podrá acordar que el adjudicatario continúe la ejecución del contrato, bajo las mismas cláusulas, por el tiempo indispensable para evitar daños al interés público.

Las empresas no españolas de Estados miembros de la Unión Europea deberán declarar que se encuentran habilitadas para realizar la prestación de que se trate con arreglo a la legislación del Estado en que estén establecidas; y, cuando dicha legislación exija una autorización especial o la pertenencia a una determinada organización para poder prestar en él el servicio de que se trate, deberán declarar estar en posesión de esta en la declaración responsable.

En el caso de personas físicas o jurídicas de Estados no pertenecientes a la Unión Europea la Oficina Económica y Comercial de España en el Estado que corresponda deberá emitir un informe en el que se justifique que en dicho Estado se admite la participación de empresas españolas en la contratación con los entes del sector público asimilables a los recogidos en el artículo 3 de la LCSP. Dicho informe no será necesario cuando se trate de empresas de Estados signatarios del Acuerdo sobre Contratación Pública de la Organización Mundial del Comercio.

5.2. ADSCRIPCIÓN DE MEDIOS PERSONALES: EQUIPO DEL PROYECTO

Para el correcto desempeño del contrato y de todas las actividades que comprende y que se encuentran especificadas en el presente pliego, las personas o empresas adjudicatarias dispondrán de un equipo de trabajo suficiente y correctamente dimensionado, en función de las necesidades específicas establecidas en el presente pliego.

En este sentido, el adjudicatario se compromete a aportar personal formado y con experiencia en las tareas objeto del contrato (social media, marketing, creativo, redactor de contenido, organización de eventos, entre otros).

De acuerdo con el objeto del contrato, se requerirá el siguiente equipo de trabajo:

• **JEFE/A DE PROYECTO**

Titulación superior de grado, posgrado o equivalente. Experiencia acreditada de al menos 10 años en trabajos relacionados con comunicación. El Jefe/a de Proyecto se encargará de la supervisión general de tareas y garantizará la correcta ejecución de cada servicio. También llevará a cabo la interlocución y reporte con todos los agentes intervinientes en la prestación del servicio y gestionará y coordinará todos los equipos de trabajo. Del mismo modo será el encargado de la dirección del equipo y del control de las áreas implicadas en el proyecto. El Jefe/a de Proyecto gestionará también el trabajo entre las partes y llevará a cabo la intermediación entre empresas.

• **EJECUTIVO/A DE PROYECTO**

Titulación superior de grado, posgrado o equivalente. Perfil Senior. Experiencia acreditada de al menos 5 años en trabajos relacionados con comunicación. El ejecutivo del proyecto tendrá que ser un perfil con experiencia en comunicación.

• **GESTOR/A TÉCNICO/A DE COMUNICACIÓN**

Titulación superior de grado, posgrado o equivalente. Perfil Senior. Experiencia acreditada de al menos 5 años en trabajos relacionados con comunicación. El gestor técnico de comunicación se encargará de la gestión y coordinación general de las cuestiones relacionadas con los servicios de publicidad. Entre las principales funciones de este perfil se encuentran la gestión de campañas publicitarias, la relación con los medios de comunicación y la coordinación de los recursos necesarios.

• **AUXILIAR DE COORDINACIÓN**

Titulación superior de grado, posgrado o equivalente. Perfil Junior. Experiencia acreditada de al menos 3 años en trabajos relacionados con comunicación. El auxiliar de coordinación será el encargado de dar soporte a todas las áreas de trabajo. Participará activamente en coordinación con el resto del equipo para dar soporte a las acciones de comunicación; así como cualquier otra función que se le asigne dentro del equipo.

• **GESTOR/A TÉCNICO/A DE CREATIVIDAD**

Titulación superior de grado, posgrado o equivalente. Perfil Senior. Experiencia acreditada de al menos 5 años en trabajos relacionados con la realización de creatividades gráficas y audiovisuales. El gestor técnico de creatividad se encargará de la gestión y coordinación general de las cuestiones relacionadas con los servicios de creatividad gráfica y audiovisual. Entre las principales funciones de este perfil se encuentran la propuesta de nuevas acciones de creatividad, la gestión de activos de imagen.

• **DIRECTOR/A DE ARTE**

Titulación superior de grado, posgrado o equivalente. Perfil Senior. Experiencia acreditada de al menos 5 años en roles creativos dentro de agencias de diseño, estudios creativos o departamentos de arte. El director/a de arte será el encargado del enfoque creativo y conceptual de los proyectos, asegurando que el trabajo cumpla los más altos estándares de calidad visual y comunique efectivamente el mensaje deseado. Entre las principales funciones de este perfil se encuentran las del diseño de las propias artes finales.

• **TÉCNICO DE PLANIFICACIÓN DE MEDIOS**

Titulación superior de grado, posgrado o equivalente. Perfil Senior. Experiencia acreditada de al menos 5 años en trabajos relacionados con la planificación de medios y ejecución de campañas de comunicación. El gestor técnico de creatividad se encargará de la gestión y coordinación general de las cuestiones relacionadas con los servicios de planificación de medios y ejecución de las campañas de comunicación. Entre las principales funciones de este perfil se encuentran la propuesta de nuevas acciones de creatividad, la gestión de activos de imagen.

5.3. Solvencia.

5.3.1 - La solvencia económica y financiera del empresario deberá acreditarse por el siguiente medio:

a) Volumen anual de negocios, o bien volumen anual de negocios en el ámbito al que se refiera el contrato, referido al mejor ejercicio dentro de los tres últimos disponibles en función de las fechas de constitución o de inicio de actividades del empresario y de presentación de las ofertas por importe igual o superior al exigido en el anuncio de licitación o en la invitación a participar en el procedimiento y en los pliegos del contrato o, en su defecto, al establecido reglamentariamente. El volumen de negocios mínimo anual exigido no excederá de una vez y media el valor estimado del contrato. De modo que el volumen de negocios mínimo anual exigido debe ser de un mínimo de 153.000 euros.

La acreditación documental de la suficiencia de la solvencia económica y financiera del empresario se efectuará mediante la aportación de los certificados y documentos que para cada caso se determinen reglamentariamente, de entre los siguientes: certificación bancaria, póliza o certificado de seguro por

riesgos profesionales, cuentas anuales y declaración del empresario indicando el volumen de negocios global de la empresa.

5.3.2 - Solvencia técnica deberá acreditarse, de conformidad al artículo 90 LCSP, con una relación de al menos **DOS trabajos o servicios realizados de igual o similar naturaleza que los que constituyen el objeto del contrato** en el curso de, como máximo los TRES últimos años, en la que se indique el importe, la fecha y el destinatario, público o privado de los mismos; cuando sea necesario para garantizar un nivel adecuado de competencia los poderes adjudicadores podrán indicar que se tendrán en cuenta las pruebas de los servicios pertinentes efectuados más de tres años antes. Cuando le sea requerido por los servicios dependientes del órgano de contratación los servicios o trabajos efectuados se acreditarán mediante certificados expedidos o visados por el órgano competente, cuando el destinatario sea una entidad del sector público; cuando el destinatario sea un sujeto privado, mediante un certificado expedido por este o, a falta de este certificado, mediante una declaración del empresario acompañado de los documentos obrantes en poder del mismo que acrediten la realización de la prestación; en su caso, estos certificados serán comunicados directamente al órgano de contratación por la autoridad competente.

6.-. CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN

El contrato se adjudicará por procedimiento abierto simplificado, al amparo de lo previsto en el artículo 159 de la LCSP. La forma de tramitación se indica en el punto **16** del Cuadro Resumen. Los criterios para la adjudicación se recogen en el punto **17** del Cuadro Resumen, con la ponderación atribuida a cada uno de ellos.

El cumplimiento de los criterios de adjudicación diferentes del precio deberá ser acreditado documentalmente por los licitadores a efectos de poder puntuar sus propuestas.

Criterios de adjudicación, se distribuyen sobre un total de 100 puntos:

A) CRITERIOS AUTOMÁTICOS

1. Precio: 45 puntos.

Las ofertas de precio se efectúan en porcentaje de baja sobre 138.000 euros (IVA EXCLUIDO):

La regla de cálculo de las ofertas es:

$$Po = \frac{Pm \times Oe}{Of}$$

Donde:

Po= Puntuación Obtenida

Of = Oferta realizada

Pm = Puntuación máxima posible

Oe = Oferta más económica

2. MEJORAS: 10 puntos

Por las siguientes **mejoras**:

- Presentación de al menos CUATRO propuestas de diseños que se ajusten a las finalidades de la Fundación conforme al objeto a contratar por cada campaña: 2,5 puntos por cada campaña presentada.

Se deberá presentar un documento anexo con un número de folios máximo de 10 en el que se incluyan los ejemplos de los diseños de las campañas que se presenten en el apartado de experiencia. No se valorará ninguna información que sobrepase el folio número 10. Espacio interlineal de 1,00, en letra New Times Roman 12, margen superior, inferior, derecho e izquierdo de 4,4 cm, justificada. No se valorará ni la mera actuación publicitaria, ni cualquier información que sobrepase el folio número 6.

3.- Compromiso de asistencia a las Oficinas de Valencia Activa 20 puntos:

- 10 por la asistencia de al menos UNA vez al mes.
- 20 puntos por compromiso por la asistencia de al menos DOS veces al mes.

B) CRITERIO SOMETIDO A JUICIO DE VALOR. 25 PUNTOS.

Memoria o Plan de Trabajo que indique como se prestará el servicio recogiendo estos extremos

- a) **Propuesta de diseño de la Estrategia de Comunicación (10 puntos):** Con relación a la oferta técnica presentada, se valorará que los planes sobre las medidas y acciones de difusión y comunicación propuestas, así como también, de los eventos previstos, contribuyan a dar un orden coherente

en la organización de cada servicio y, asimismo, a agilizar el proceso de diseño y organización de cada servicio objeto del presente pliego. El fin último, es lograr optimizar los objetivos perseguidos.

b) Propuesta de Innovación y Creatividad de la estrategia de comunicación (5 puntos):

Con relación a la oferta técnica presentada, se valorará que los planes sobre las medidas y acciones de difusión y comunicación propuestas sean innovadores. Se busca que estas acciones no se limiten a los enfoques tradicionales, sino que vayan más allá, incorporando innovaciones que potencien el carácter distintivo de los eventos que tendrán lugar en el contexto de Valencia Activa. Además, se apreciará positivamente cualquier propuesta que integre elementos de sostenibilidad dentro de las estrategias de comunicación y difusión.

c) Organización de los recursos, metodología para la coordinación de actividades (5 puntos): Se valorará la metodología propuesta para la gestión de los recursos y la coordinación de las actividades.

d) Plan de calidad y plan de contingencias propuesto frente a incidencias e imprevistos según lo indicado (5 puntos): Se valorará el plan de calidad y la identificación de riesgos y las medidas de contingencias propuestas por el licitador para garantizar la correcta ejecución de todas las actividades previstas en los pliegos y para su realización con los máximos estándares de calidad del sector.

El Proyecto Técnico tendrá una extensión máxima de 10 folios, con espacio interlineal de 1,00, en letra New Times Roman 12, margen superior, inferior, derecho e izquierdo de 4,4 cm, justificada. No se valorará ni la mera actuación publicitaria, ni cualquier información que sobrepase el folio número 10.

7.- CONDICIONES ESPECIALES DE EJECUCIÓN

Es condición especial de ejecución, la obligación de la empresa adjudicataria, durante todo el periodo de ejecución del contrato, de no minorar unilateralmente las condiciones de trabajo en materia de jornada y salario, así como cualquier mejora sobre la legislación laboral básica aplicable que corresponda a cada momento a las personas trabajadoras adscritas al cumplimiento del contrato, en función del convenio del sector que resulte de aplicación al presentarse la oferta, salvo acuerdo explícito entre empresa y representación del personal.

8.- Adscripción de MEDIOS MATERIALES.

Cada empresa adjudicataria aportará todo el material fungible, informático o de cualquier otro tipo, necesarios para la correcta prestación de los servicios descritos en este pliego.

Y se compromete a una Inversión mínima en medios de comunicación: 80.000 €

9.- DURACIÓN DEL CONTRATO

La duración del contrato se extenderá desde la formalización hasta el 31 de diciembre de 2024.

10.- INFORMACIÓN ECONÓMICA DEL CONTRATO

- Valor estimado del contrato: 138.000 €
- De los cuales habrá un Inversión mínima en medios de comunicación a cargo del contratista 80.000 € más IVA, cuya acreditación deberá hacerse ante la Fundación por medio de la presentación de facturas de estos.

Sistema de determinación del precio.

El sistema de determinación del precio de este contrato, de acuerdo con lo previsto en el artículo 309 de la LCSP, está referido al coste de estudios similares realizados en anualidades anteriores.

En la determinación del precio se han tenido en cuenta, además de los costes salariales, los costes indirectos de gestión y administración, los costes materiales y el beneficio empresarial.

- Presupuesto base de licitación

De acuerdo con lo establecido en el artículo 100 de la LCSP, el presupuesto base de licitación constituye el límite máximo de gasto que puede comprometer el órgano de contratación.

El precio del contrato se ha determinado en base a la experiencia previa obtenida a través de la contratación de un servicio similar ya adjudicado con anterioridad (Diseño de campañas PAS/2019/09).

Considerando un incremento experimentado por IPC; además de soportar una inversión mínima de 80.000 € en medios de comunicación para la EJECUCIÓN DE las CAMPAÑAS.

11.- DECISIÓN DE NO DIVIDIR EN LOTES

El servicio para contratar no admite división en lotes ya que su objeto constituye un conjunto integrado de prestaciones orientado a la consecución de un único fin el **DISEÑO Y EJECUCIÓN DE CAMPAÑAS DE EVENTOS CON MEDIOS PARA VALENCIA ACTIVA**, lo que supondría una dificultad para la Fundación la gestión del contrato con varios contratistas de forma simultánea.

Fdo.-