Nº Expediente:	PAS/02/ 2018
Nº documento:	2

MEMORIA JUSTIFICATIVA DE LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO CONSISTENTE EN CONTRATACIÓN DE UN PLAN DE MEDIOS PARA CAMPAÑA DE PROMOCIÓN DEL PROYECTO BARRIOS POR EL EMPLEO: JUNTOS MÁS FUERTES

JUSTIFICACION DE LA CONTRATACION:
La Fundación Canaria Insular para la Formación, el Empleo y el Desarrollo Empresarial (FIFEDE) es una entidad perteneciente al Cabildo Insular de Tenerife que trabaja con el objetivo de fomentar la generación de empleo de calidad en la Isla, mejorar la formación de la población, especialmente de la que se encuentra en situación de desempleo, e impulsar la actividad empresarial, tanto en la fase de creación de empresas como en la consolidación de los proyectos.

FIFEDE gestiona el proyecto 'Barrios por el Empleo: Juntos más Fuertes y para cumplir con los objetivos planteados es necesario desarrollar una campaña publicitaria que incluya determinadas acciones promocionales que complementen los canales de comunicación generados por 'Barrios por el Empleo: Juntos más Fuertes' y las acciones comunicativas que se desarrollan en el marco del proyecto.

El objetivo principal de esta campaña publicitaria será afianzar la política de comunicación de 'Barrios por el Empleo: Juntos más Fuertes', con la finalidad de incrementar el conocimiento general del proyecto entre la población general de la Isla y, de manera específica, entre las personas potencialmente participantes, garantizando, de esta manera, el derecho de igualdad de oportunidades en el acceso al servicio público que se ofrece a través del proyecto.

La campaña de publicidad se diseñará en función del colectivo al que se dirige este proyecto de mejora de la empleabilidad, adaptando los contenidos y los formatos publicitarios al público objetivo, teniendo en cuenta los hábitos de consumo de medios de comunicación y segmentando las acciones publicitarias por territorios.

Con los datos anteriormente expuestos, se plantea desarrollar un plan de medios que incluya los siguientes formatos publicitarios: televisión, publicidad exterior, radio e internet.

Debido a que FIFEDE no dispone por sí mismo de los medios personales ni materiales suficientes y adecuados para llevar a cabo este servicio y debido a la no conveniencia de su ampliación, procedería la contratación externa, al abrigo de lo dispuesto en el artículo 116.4 apartado f) de la LCSP.

Resulta idóneo y eficiente para lograr estos fines el contrato de servicios, siendo por tanto esta modalidad contractual la que más se ajusta a las necesidades que se pretenden satisfacer con la asignación de gasto público al licitarse un contrato de resultado en el que han de lograrse los objetivos definidos en el pliego de prescripciones técnicas particulares

(en adelante PPTP), que a los efectos de esta licitación opera en los términos establecidos en el art. 17 de la LCSP

JUSTIFICACION DEL PROCEDIMIENTO DE LICITACION:
El valor estimado del presente contrato asciende a la cuantía de CINCUENTA Y SEIS MIL EUROS (71.000,00 €) IGIC excluido, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 101 de la LCSP.
El contrato se adjudicará por procedimiento de adjudicación abierto simplificado, previsto en el artículo 159 de la LCSP.

JUSTIFICACION DEL CÁLCULO DEL PRESUPUESTO BASE DE LICITACION
El presupuesto base de licitación asciende a SETENTA Y UN MIL EUROS (71.000,00 €), más el 7 % de IGIC por cuantía de CUATRO MIL NOVECIENTOS SETENTA EUROS (4.970,00 €), siendo el presupuesto base de licitación total de SETENTA Y CINCO MIL NOVECIENTOS SETENTA EUROS (75.970,00€).

El sistema para determinar el precio, conforme al artículo 102 y 309 de la LCSP, es el de los gastos de relativos a honorarios de los profesionales con habilitación profesional adecuada y el equipo técnico necesario para la prestación del servicio.

JUSTIFICACION DE LOS CRITERIOS DE SOLVENCIA

Los licitadores, deberán acreditar su solvencia económica, financiera y técnica o profesional, a través de los medios de justificación que se reseñan a continuación de acuerdo con el art. 87.3 de la LCSP:

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

La disposición de un seguro de indemnización por riesgos profesionales, vigente hasta el fin del plazo de presentación de ofertas, por importe no inferior al valor estimado del contrato para el lote al que presente su proposición.

Los licitadores deberán aportar además el compromiso de su renovación o prórroga que garantice el mantenimiento de su cobertura durante toda la ejecución del contrato. Este requisito se entenderá cumplido por el licitador o candidato que incluya con su oferta un compromiso vinculante de suscripción, en caso de resultar adjudicatario, del seguro exigido, compromiso que deberá hacer efectivo dentro del plazo de diez días hábiles al que se refiere el apartado 2 del artículo 150 de la LCSP.

La solvencia técnica o profesional se deberá acreditar, por los medios siguientes:
a) Una relación de los principales servicios o trabajos realizados del mismo tipo o naturaleza al que corresponde el objeto del contrato en el curso de como máximo los últimos tres (3) años que incluya importe, fechas y el destinatario, público o privado, de los mismos, avalados por certificados de buena ejecución, y el requisito mínimo será que el importe anual acumulado en el año de mayor ejecución sea igual o superior al 70% del valor estimado del contrato, en referencia al lote al que vaya a presentar su proposición, o de su anualidad media si es esta es inferior al valor estimado del contrato, en referencia a un lote concreto. Los servicios o trabajos efectuados se acreditarán mediante certificados expedidos o visados por el órgano competente.

Cuando el contratista sea una empresa de nueva creación, entendiendo por tal aquella que tenga una antigüedad inferior a cinco años, su solvencia técnica se acreditará por uno de los medios a que se refieren las letras b) a i) del artículo 90.1 de la LCSP, sin que en ningún caso sea aplicable lo establecido en la letra a), relativo a la ejecución de un número determinado de servicios.

Integración de la solvencia con medios externos. Para acreditar la solvencia necesaria para celebrar un contrato determinado, el empresario podrá basarse en la solvencia y medios de otras empresas, cualquiera que sea la naturaleza jurídica del vínculo que tenga con ellas, y siempre que se demuestre que durante toda la ejecución del contrato dispondrá efectivamente de esa solvencia y medios, y que la entidad no está incursa en una prohibición de contratar.

JUSTIFICACION DE LOS CRITERIOS DE ADJUDICACION

Lote 1. Televisión

CRITERIO	DEFINICIÓN	PUNTUACIÓN	PONDERACIÓN
A) Oferta económica	Mejor oferta económica	Hasta 10 puntos	(Mejor oferta/oferta a valorar) x 10
B) Televisiones auditadas por Kantar Media	Número de GRPS Número de OTS totales Cadena de televisión más vista	Hasta 80 puntos	(Oferta a valorar/Mejor nº de GRPS) x 45 + (Oferta a valorar/Mejor nº de OTS totales) x 25 + 10 puntos si se cubre el criterio de audiencia
C) Televisiones locales	Número de televisiones Promedio de pases por televisión	Hasta 10 puntos	(Oferta a valorar/Mayor nº de televisiones) x 5 + (Oferta a valorar/Mayor promedio de pases/oferta a valorar) x 5

Lote 2. Radio

CRITERIO	DEFINICIÓN	PUNTUACIÓN	PONDERACIÓN
Oferta económica	Mejor oferta económica	Hasta 10 puntos	(Mejor oferta/oferta a valorar) x 10
Emisoras auditadas por EGM	GRP OTS	Hasta 80 puntos	(Oferta a valorar/Mayor nº GRP) x 45 + (Oferta a valorar/Mayor nº de OTS/oferta a valorar) x 35
Emisoras locales con licencia no auditadas por EGM	Número de emisoras Promedio de cuñas por emisoras	Hasta 10 puntos	(Oferta a valorar/Mayor nº de emisoras) x 5 + (Oferta a valorar/Mayor promedio/oferta a valorar) x 5

Lote 3. Prensa

CRITERIO	DEFINICIÓN	PUNTUACIÓN	PONDERACIÓN
Oferta económica	Mejor oferta económica	Hasta 10 puntos	(Mejor oferta/oferta a valorar) x 10

Inserciones en prensa	Número de inserciones	Hasta 40 puntos	(Oferta a valorar/Mayor nº de inserciones) x 40
Audiencia prevista	GRP previsto	Hasta 30 puntos	(Oferta a valorar/Mayor nº de GRP/oferta a valorar) x 30
Número de periódicos	Número de periódicos	Hasta 20 puntos	(Oferta a valorar/Mayor nº de periódicos) x 20

Lote 4. Internet

CRITERIO	DEFINICIÓN	PUNTUACIÓN	PONDERACIÓN
Oferta económica	Mejor oferta económica	Hasta 10 puntos	(Mejor oferta/oferta a valorar) x 10
Reproducciones	Número de reproducciones del vídeo/cuña	Hasta 30 puntos	(Oferta a valorar/Mayor nº de reproducciones) x 30
Impresiones	Número de impresiones en red Google Display	Hasta 30 puntos	(Oferta a valorar/Mayor nº reproducciones) x 30
Notoriedad en la página de Facebook	Número de seguidores	Hasta 30 puntos	(Oferta a valorar/Mayor nº de seguidores) x 30

Lote 5. Publicidad exterior.

CRITERIO	DEFINICIÓN	PUNTUACIÓN	PONDERACIÓN
Oferta económica	Mejor oferta económica	Hasta 10 puntos	(Mejor oferta/oferta a valorar) x 10
Número de guaguas	Número de guaguas rotuladas	Hasta 60 puntos	(Oferta a valorar/Mayor número) x 60
Número de tranvías	Número de tranvías rotulados	Hasta 30 puntos	(Oferta a valorar/Mayor número) x 30

Para el establecimiento de los citados criterios, se ha tenido en consideración los mismos, como los adecuados en relación tanto con el objeto del contrato, como las necesidades que la administración pretende satisfacer, así como los objetivos de la campaña.

JUSTIFICACION DE LAS CONDICIONES ESPECIALES DE EJECUCION

De acuerdo al art 202 de la LCSP, si la empresa adjudicataria necesitara contratar personal por no tenerlo en plantilla a fecha de adjudicación del contrato, este personal deberá pertenecer a grupo de parados de larga duración que cumplan con las determinaciones del Real Decreto 1369/2006, de 24 de noviembre.

Esta condición especial de ejecución goza del carácter de obligación contractual esencial a los efectos señalados en la letra f) del artículo 211.

EL ÓRGANO DE CONTRATACIÓN
(El presidente del Patronato de FIFEDE)

Fdo. Leopoldo Benjumea Gámez

En Santa Cruz de Tenerife, a 6 de noviembre de 2018