

DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN Y MARKETING



PLIEGO DE CONDICIONES TÉCNICAS Y PARTICULARES

**CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE PUBLICIDAD (ESTRATEGIA,
CREATIVIDAD, PRODUCCIÓN, ACCIONES ESPECIALES DE
PUBLICIDAD) PARA LAS CAMPAÑAS DE LOS PRODUCTOS DE
CORREOS**

Madrid, diciembre de 2019



ÍNDICE**Página**

1. OBJETO DEL CONTRATO	4
2. MARCO JURÍDICO	4
3. CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO	4
3.1. Descripción de los servicios y trabajos a realizar	6
4. EQUIPO DE TRABAJO	9
5. PLAZO DE EJECUCIÓN	10
6. CONTROL DE CALIDAD	10
7. RECEPCIÓN DEL SERVICIO	11
8. PRESUPUESTO	11
9. FORMA DE PAGO	13
10. PENALIZACIONES	15
11. REVISIÓN DE PRECIOS	16
12. SOLICITUD DE PARTICIPACIÓN, PRESENTACIÓN DE OFERTAS Y REGIMEN JURIDICO	16
13. CRITERIOS DE VALORACIÓN	19
14. BAJAS DE LICITACIÓN	23
15. SUBCONTRATACIÓN	24

16. DIRECCIÓN DE PROYECTO	24
17. PROPIEDAD INDUSTRIAL E INTELECTUAL	24
18. OBLIGACIONES DEL ADJUDICATARIO	25
19. CONDICIÓN ESPECIAL DE EJECUCIÓN	25
20. CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES DE PAGO Y PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES	26
21. CLÁUSULA DE ACEPTACIÓN Y ADHESIÓN A LAS POLÍTICAS DE PREVENCIÓN DE IMPUTACIONES DELICTIVAS	26
22. ACLARACIONES	26

1. OBJETO DEL CONTRATO

El objeto del presente pliego es establecer los términos y condiciones del procedimiento de contratación de servicios de publicidad (estrategia, creatividad, producción, acciones especiales de publicidad y comunicación y asesoramiento permanente) para las campañas de los Productos de la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos S.A., S.M.E necesarios durante el periodo de ejecución del contrato.

2. MARCO JURÍDICO

La presente contratación se rige en cuanto a su preparación y adjudicación, por lo dispuesto en el presente Pliego de Condiciones Técnicas y Particulares (en adelante "el Pliego") y en la Ley 31/2007, de 30 de octubre, sobre procedimientos de contratación de los sectores del agua, la energía, los transportes y los servicios postales (en adelante "Ley 31/2007"), en los términos citados en el artículo 15 así como, por la Directiva 2014/25/UE, del Parlamento Europeo y del Consejo de 26 de febrero de 2014, relativa a la contratación por entidades que operan en los sectores del agua, la energía, los transportes y los servicios postales por la que se deroga la Directiva 2004/17/CE en todo lo que sea de efecto directo y por la Ley 9/2017 de 8 de noviembre de Contratos del Sector Público (LSCP).

En cuanto a sus efectos, cumplimiento y extinción, se regirá por la documentación que reviste carácter contractual y por el Derecho Privado.

3. CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

La agencia que se contrate deberá contribuir a trasladar, tanto a la opinión pública como a los grupos de interés de la Compañía, el **reposicionamiento de la marca Correos** y la profunda transformación de su modelo de negocio, enfocado en la **paquetería** derivada del comercio online y en las diversas formas de entrega, la **internacionalización de su actividad** y el potencial que ofrece la capilaridad y cobertura territorial de **su red logística y de oficinas como vehículo de cohesión social y territorial** en España e instrumento para afrontar el reto demográfico de las zonas rurales, entre otras líneas estratégicas definidas por la Compañía (innovación, nuevo modelo logístico, sostenibilidad, etc.). Todo ello en el contexto de un mercado marcado por las nuevas oportunidades que se han abierto como consecuencia de la **transformación digital de las comunicaciones** y en el que Correos actúa como **operador logístico de referencia**.

El profundo cambio que está experimentando Correos **se ha intensificado, especialmente, en el año 2019, con hitos destacados** en sus principales áreas de actividad, como consecuencia de la puesta en marcha de las nuevas líneas estratégicas marcadas.

Entre ellos destacan haber conseguido **resultados positivos en el primer trimestre** del año, por primera vez desde 2011, debido principalmente al aumento de los ingresos procedentes de la **paquetería e-commerce**; el primer movimiento hacia la **internacionalización** en los 303 años de historia de Correos, con la extensión de su actividad a Portugal que le ha convertido en el

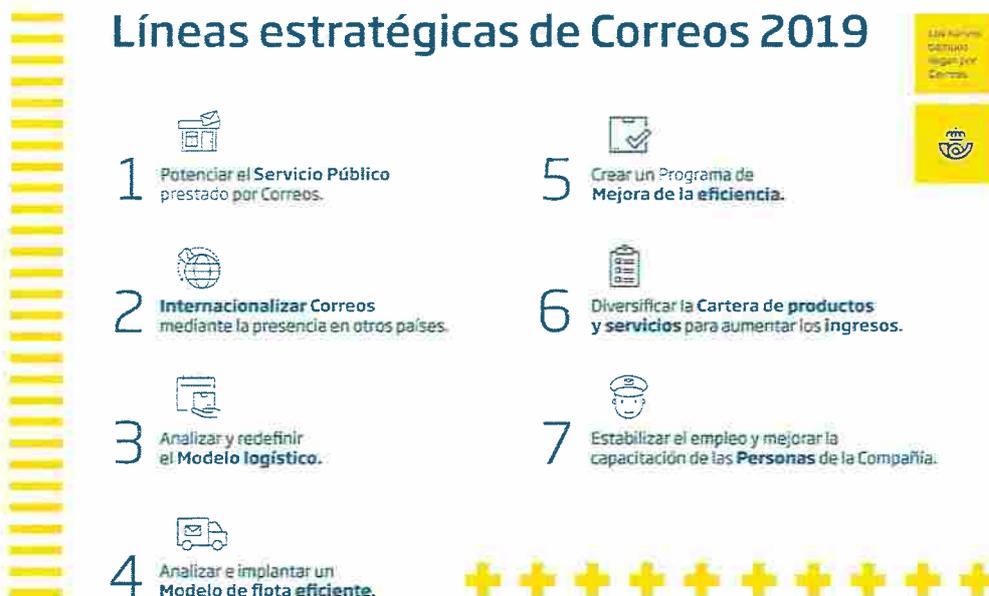
primer operador logístico de la península ibérica, así como con el desembarco en China, que se materializará con la apertura de un centro de clasificación automática de paquetes en el último trimestre de 2019, lo que aportará a Correos la capacidad de influir en la logística de los envíos desde su origen.

Además, en 2019 también se ha ampliado la oferta de productos y servicios disponibles en la red de 2.400 oficinas postales, como los nuevos servicios que se prestan para la Dirección General de Tráfico (etiquetas medioambientales, comercialización de servicios de telefonía o energía, gestión del permiso de circulación de los vehículos, etc.). Y, para apoyar a los productores y artesanos locales, este año Correos ha lanzado la nueva plataforma de venta online “Correos Market” que está contribuyendo al desarrollo del negocio de emprendedores, autónomos y pymes en todo el país.

Para comunicar y visibilizar todos estos cambios, Correos ha abordado un “rebranding” que se ha concretado en el lanzamiento de una nueva imagen corporativa, más sencilla, moderna y digital, con una simplificación del logo y un nuevo *claim* corporativo que refleja el presente y futuro de la Compañía: “Los nuevos tiempos llegan por Correos”.

A modo resumido, estas son las líneas estratégicas de Correos para este año 2019 y que tendrán su continuación en 2020:

Líneas estratégicas de Correos 2019



- 1 Potenciar el Servicio Público** prestado por Correos.
- 2 Internacionalizar Correos** mediante la presencia en otros países.
- 3 Analizar y redefinir el Modelo logístico.**
- 4 Analizar e implantar un Modelo de flota eficiente.**
- 5 Crear un Programa de Mejora de la eficiencia.**
- 6 Diversificar la Cartera de productos y servicios** para aumentar los ingresos.
- 7 Estabilizar el empleo y mejorar la capacitación de las Personas** de la Compañía.

3.1. Descripción de los servicios y trabajos a realizar

Los servicios tendrán carácter integral e incluirán cuantas acciones de creación, producción, publicidad, comunicación, asesoramiento y acciones de carácter institucional y comercial se consideren necesarias durante el período de ejecución del contrato e incluirán, como mínimo:

a) Elaboración y ejecución de un plan de comunicación y marketing (estrategia, creación y producción) para Correos y sus productos. Dicho plan de comunicación deberá incluir las siguientes actuaciones:

- Objetivos
 - Estrategia creativa
 - Plan de acción
 - Propuestas creativas
 - Producción de las piezas creativas.
 - Análisis del entorno competitivo.
 - Estudios e investigaciones de mercado puntuales.
 - Definición del público objetivo.
- Estrategia del producto.

b) Creación y producción de las campañas de publicidad y/o acciones de publicidad y comunicación. También se incluirán las acciones de carácter colateral, complementario y de integración, que resulten necesarias durante el período de ejecución del contrato y que no formen parte del plan de comunicación por haber sido de imposible previsión.

En resumen, sería la preparación y plasmación de la campaña de acuerdo al briefing aportado, según objetivo y estrategia definida, donde se deberá recoger en los trabajos desde un claim que actúe sobre la marca hasta la obtención de la versión visual final y definitiva del "arte final" y su posterior producción y adaptación a los medios, soportes y formatos propuestos. El diseño y producción de la campaña para Correos debe prestarse end to end, por lo cual contemplara cualquier servicio o producto llave en mano, que irá desde la compra de imágenes, los derechos y el tratamiento de las mismas, hasta la producción conforme a los parámetros y requerimientos definidos en este pliego.

Sobre medios de producción podrán contemplarse los recogidos a continuación así como aquellos que puedan considerarse de interés para el objetivo final.

ATL

- Prensa y revistas: Se deberán tener en consideración las adaptaciones de la creatividad propuesta a formatos pequeños como faldones, robas, media página, etc., así como las adaptaciones que realizaremos en prensa regional, donde Correos realizará inversión en medios.
- Radio: elaboración de copias para cuñas/menciones y su producción/locución una vez aprobado si se requiere por parte de Correos.
- TV. CINE Elaboración de idea creativa, propuesta de script, preparación de story, animatic o similar y producción y realización de spot publicitario para su adaptación a los dos medios.
- Exterior: lona, mkt espectacular, etc.
- Internet, marketing digital, microsite, etc.: Como en los formatos offline, se deberá tener en cuenta la capacidad de aplicación de la creatividad a todos los formatos online.

BTL

- Marketing directo: Realización de campañas de MKD notorias y efectivas a bases de datos Correos como externas, según sea el caso.
- Acciones de guerrilla, Street marketing...
- Material para Oficinas: Elaboración de cartelería y material PLV para dar soporte a los requerimientos de la Red de Oficinas.
- Acciones y asesoramiento en RRPP, patrocinio, eventos y otras comerciales
- Marketing digital.
- Cualquier acción BTL

La empresa adjudicataria se encargará de unificar publicitariamente y promocionalmente la imagen de marca de correos en todas las acciones que se desarrollen a nivel de marketing, incluidos los eventos/ferias en las que tengamos presencia, para conseguir una línea estratégica coherente y homogénea en todos los soportes y formatos que tengamos con ellos.

- c) Asesoramiento permanente durante el período de ejecución del contrato.
- d) A solicitud de Correos, trabajos de investigación (como por ejemplo, informe de resultados por campaña que incluya al menos un tracking de publicidad con notoriedad, u otros trabajos de pre-test y post-test e investigación de mercados, estudios de marca o de competencia).
- e) A petición de Correos, estrategia, creación, producción, acciones de publicidad y comunicación y asesoramiento para las acciones de carácter institucional y corporativo con el objetivo de consolidar las marca Correos.

BILINGÜISMO

La campaña publicitaria deberá contemplar el bilingüismo en aquellas Comunidades Autónomas en que exista lengua cooficial, adaptando al efecto los diferentes medios y formatos a la lengua declarada cooficial en los respectivos Estatutos de Autonomía. La agencia adjudicataria deberá realizar por su cuenta y cargo la preparación y realización de las acciones de traducción lingüística y/o adaptación que sean necesarias a tal fin, responsabilizándose de los errores lingüísticos que en su caso se produzcan. Esto se aplicará a traducciones de otros idiomas extranjeros.

ARTE FINAL

El arte final deberá ser modificado si fuere necesario y de acuerdo siempre con las peticiones o precisiones de Correos, a quien se deberá someter el resultado para su aprobación. Tras la aprobación deberá ser adaptado para los soportes que se definan en el Plan de medios. El licitador adjudicado asumirá cualquier trabajo, licencia o gravamen para la consecución de los diferentes artes finales para cada uno de los soportes del plan de medios, pasando Correos a disponer de una copia digital de cada uno de ellos para su utilización.

ACCIONES PROMOCIONALES

Las diferentes campañas que se realicen deberán incluir aquellas acciones promocionales que la agencia y Correos consideren oportunas para conseguir los objetivos marcados, pudiendo responder a la propuesta original de la agencia o bien a propuestas de Correos.

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

Los medios que Correos cuenta para la comercialización de sus productos se centran principalmente en:

- La red de Ventas consolidada en todo el territorio nacional que como Task force, actúa como un canal de comercialización "push", centrada principalmente en captación de acuerdos comerciales sobre segmentos medio y alto de facturación.
- La red de Oficinas, que posee igualmente una mayor capilaridad por su gran cobertura nacional, actúa como un canal más pull, no basado principalmente sobre captación de acuerdo comerciales y sí como centro de admisión de segmentos de facturación bajo, en este sentido se establece como canal más propio a la generación de prueba de producto o prescripción de servicio.
- Canales indirectos: como la web corporativa, Televenta, etc. Que pueden ser utilizados de forma paralela.

4. EQUIPO DE TRABAJO

El equipo de trabajo que participará en el proyecto objeto de esta contratación deberá de estar formado por parte de la agencia adjudicataria por las personas suficientes y capacitadas como para dar solvencia y respuesta a las exigencias de capacidad de trabajo que requiera Correos, pudiendo ser solicitado por Correos el ampliar ese equipo de trabajo si las necesidades y las demandas de trabajo así lo requirieran. El equipo que se ponga a disposición de Correos contará con **al menos** un equipo similar al siguiente:

- Director creativo Ejecutivo, con más de 10 años de experiencia.
- Director Creativo, con un mínimo de 8 años de experiencia.
- Redactor Creativo y Director de Arte, con al menos 6 años de experiencia
- Planner, con al menos 6 años de experiencia
- Director de Cuentas, con al menos 10 años de experiencia
- Supervisor de cuentas, con al menos 6 años de experiencia
- Ejecutivo de cuentas, con al menos 4 años de experiencia
- Arte finalista, con al menos 4 años de experiencia

Por su parte, una vez formalizado el contrato, la Empresa adjudicataria igualmente designará un jefe del proyecto, cuyos datos, a efecto de comunicaciones facilitará al responsable del seguimiento de la ejecución del contrato por parte de Correos.

NOTA: La Agencia adjudicataria pondrá a disposición de Correos un equipo completo de trabajo desde el momento de la adjudicación hasta final de la misma, que se desplazará a la sede de Correos para mantener las reuniones oportunas durante la duración del presente expediente.

Cualquier otra ubicación, más permanente, del personal de la empresa adjudicataria en dependencias de Correos, ha de estar debidamente justificada. Asimismo, el personal deberá de ir debidamente identificado como proveedor.

El equipo de trabajo dependerá única y exclusivamente del adjudicatario, quien, en consecuencia, actuará en calidad de empleador, satisfaciéndoles de los salarios y cualquier otro tipo de compensación económica derivada de la relación laboral o profesional existente con el personal de dicho equipo de trabajo.

El personal que por su cuenta aporte el adjudicatario para la prestación del servicio objeto del presente expediente, no tendrá vinculación alguna con Correos, por lo que no tendrá derecho alguno respecto a ésta, toda vez que depende única y exclusivamente del adjudicatario, el cual asume todos los derechos y deberes respecto de dicho personal, con arreglo a la legislación vigente y a la que en lo sucesivo se promulgue, siendo responsable, por tanto, de cuantas

obligaciones hubiere contraído respecto de sus trabajadores, sean o no consecuencia directa o indirecta del desarrollo del servicio.

Durante la prestación del servicio, siempre que los recursos humanos hayan de ubicarse en dependencias de Correos, el equipo designado para el desarrollo del proyecto deberá llevar de forma visible tarjetas identificativas con el respectivo logo e información de la empresa adjudicataria.

5. PLAZO DE EJECUCIÓN

El plazo de duración del contrato será de DOCE MESES, a partir de la fecha de inicio que indique Correos, que no podrá ser superior a 2 meses desde la firma del contrato, abarcando el año 2020. El contrato podrá ser prorrogado a instancias de Correos por un periodo adicional de DOCE MESES, prórroga que será en su caso preavisada al adjudicatario al menos con dos meses de antelación a la finalización del plazo de duración del contrato. La prórroga será obligatoria para el adjudicatario en las mismas condiciones técnicas, económicas y contractuales durante el periodo de duración de estas.

La intención de ejecutar la prórroga por parte de Correos se le comunicará a la agencia adjudicataria con un preaviso de dos meses antes de que se inicien los siguientes 12 meses del contrato. El adjudicatario se obliga a cumplir los plazos e hitos en el Pliego. El cumplimiento de estos plazos tiene carácter esencial. Todos los plazos establecidos en el presente pliego, salvo que se indique que son hábiles, se entenderá referido a días naturales.

En el caso de que por causas imputables al adjudicatario no sea posible formalizar el contrato en un plazo de 5 días naturales desde su requerimiento por Correos, la entidad podrá adjudicar el contrato al siguiente licitador que haya obtenido la mayor puntuación total.

Este plazo indicado anteriormente contará a partir del plazo de 15 días hábiles (desde el día siguiente al de la notificación de la adjudicación) que está previsto en la cláusula 18 del Pliego de Condiciones Generales.

6. CONTROL DE CALIDAD

El seguimiento y control de los trabajos resultado de la ejecución de servicios objeto del presente pliego, serán llevados a cabo por el equipo designado por Correos para dicho proyecto.

El adjudicatario deberá comunicar previamente todas las acciones a realizar para su aprobación, así como cualquier problema que pudiera surgir. Correos podrá comprobar y controlar en todo momento que el producto o servicio que le entrega el adjudicatario en cumplimiento del contrato cumple las condiciones estipuladas en este pliego y que coinciden con las muestras que se hayan presentado. Entre otros, la revisión del Arte final aprobado y sus diferencias con el ejecutado o la toma de muestras de cualquiera de los elementos que componen el producto y en cualquiera de sus fases.

En los casos en que el control muestre la insuficiencia de alguna de las actividades o productos o su falta de conformidad según lo expresado anteriormente, el adjudicatario queda obligado a subsanar o complementar su trabajo con el solo requerimiento de Correos y en el plazo establecido por ésta con las siguientes consecuencias:

- a) Si el producto o servicio no ha sido difundido todavía, el adjudicatario deberá introducir las modificaciones o adaptaciones pertinentes sin coste adicional alguno para Correos y recabar su conformidad antes de quedar disponible para su difusión.
- b) Si se hubiera difundido ya, el adjudicatario deberá cumplir en los términos señalados en el apartado anterior y, además, repetir a su cuenta y cargo la difusión del producto una vez rectificado o subsanado.
- c) En ambos casos sin perjuicio de que Correos pueda optar por la resolución del Contrato y la reclamación de daños y perjuicios al adjudicatario.

7. RECEPCIÓN DEL SERVICIO

La prestación del servicio se realizará en tiempo y forma requeridos por Correos, comunicando cualquier variación en la planificación prevista inicialmente con tiempo suficiente para que el adjudicatario pueda modificar los plazos de entrega.

El adjudicatario se compromete a llevar a cabo su prestación conforme a los usos del sector y a evitar daños a los bienes y derechos de terceros, tales como derechos de imagen, derechos de propiedad intelectual o cualesquiera otros. El adjudicatario se compromete a indemnizar y dejar indemne a CORREOS por las reclamaciones que pudiera realizar un tercero interesado como consecuencia de lo dispuesto en la presente cláusula.

8. PRESUPUESTO

El presupuesto se fija en un máximo de

- Precio Base de Licitación: **NOVECIENTOS CINCUENTA MIL EUROS (950.000€), IVA O IMPUESTO INDIRECTO EQUIVALENTE EXCLUIDO**
- **21% IVA. CIENTO NOVENTA Y NUEVE MIL QUINIENTOS EUROS, (199.500€).**

de acuerdo con la siguiente distribución o desglosado en los siguientes conceptos:

CONCEPTO	Importe Máximo de Licitación (IVA Excluido)
Fee anual (23%)	218.500 €
Costes producción incluidos o no en tarifario (77%)	731.500 €
TOTAL	950.000 €

1. Tarifario de Producción.

Corresponde a un listado de trabajos no remunerados mediante fee de agencia. Los licitadores ofertarán precios unitarios por los trabajos de producción dentro de los precios máximos indicados en el Anexo III.

2. Remuneración de Agencia o Fee de Agencia

Corresponde a los Servicios remunerados mediante el "fee" de agencia. Se entenderá por "fee" el importe fijo que retribuye los servicios de la agencia. Los licitadores deberán ofertar el "fee" de agencia sin que el mismo pueda en ningún caso exceder del 23 % del presupuesto base de licitación IVA no incluido que, según lo dispuesto es de 950.000 €, por tanto no podrá exceder de 218.500 €. Serán excluidas las ofertas que incumplan esta prescripción.

La remuneración de la agencia adjudicataria se hará efectiva mediante un "fee" de agencia (establecido para un año) que se facturará mensualmente en doce partes iguales, con independencia de la carga de trabajo encomendada a la agencia cada mes y de acuerdo con la propuesta económica presentada por el adjudicatario.

El "fee" de agencia comprenderá todos los Servicios de la agencia adjudicataria sin exclusión alguna a excepción de los trabajos de producción que se concretan en el siguiente punto. En concreto, y sin carácter limitativo, el fee retribuirá los procesos de creación, maquetas, bocetos y, en general, todo el material que la adjudicataria presente a la licitación o se le requiera con posterioridad para una mejor comprensión de las ideas creativas; supervisión de las producciones hasta la obtención de los masters; recomendaciones a seguir para la planificación de medios por la agencia de medios; así como el asesoramiento permanente

-Trabajos de producción no incluidos como remuneración de Agencia:

Los trabajos de producción estándares incluidos en la proposición económica del adjudicatario (artes finales, adaptaciones, etc.,) se facturarán con arreglo a los precios unitarios ofertados por el adjudicatario en el Anexo III, que permanecerán inalterables durante la ejecución del contrato.

Los trabajos de producción no incluidos en esta proposición económica del adjudicatario se facturarán de acuerdo con los presupuestos aprobados por Correos y previo encargo de ésta. A tales efectos, la adjudicataria presentará al menos tres presupuestos de otros tantos proveedores para cada orden de trabajo. En caso de que no resultara posible presentar tres presupuestos, la adjudicataria justificará e informará a Correos de los motivos.

Correos se reserva el derecho de solicitar y presentar durante el proceso de selección de proveedores, cualquier otro presupuesto de trabajos de producción (imprentas, estudios de grabación, productoras, por ejemplo) siempre que cumpla los estándares de calidad similares a los de los proveedores aportados por la agencia.

El adjudicatario presentará los justificantes acreditativos (facturas formalizadas por terceros) de los distintos componentes del coste de cualquier trabajo de producción que haya sido realizado por terceros -imprentas, productoras, estudios de grabación, por ejemplo.-

Tanto en las ofertas que formulen los licitadores como en el presupuesto de licitación, se entenderán comprendidos a todos los efectos los gastos generales y el beneficio industrial así como los importes de los tributos de toda índole que graven las prestaciones objeto del contrato, excluido el impuesto del valor añadido (IVA) o cualquier otro impuesto indirecto equivalente, según corresponda, y que deberán ser identificados y posteriormente repercutidos

como partidas independientes. Para el presupuesto se ha tenido en cuenta los siguientes costes estimados medios, IVA o impuestos indirectos equivalentes excluidos

- Costes directos:	
55% -----	522.500 €
- Costes indirectos:	
35% -----	332.500 €
- Beneficio industrial:	
10% -----	95.000 €

Asimismo, durante la duración del contrato, y a petición de Correos, la empresa adjudicataria se compromete a modificar el contrato hasta el 20% del importe de adjudicación, en las mismas condiciones técnicas, económicas y restantes previsiones contractuales.

Correos sólo abonará los servicios solicitados y recibidos de conformidad, comprometiéndose a consumir, al menos, el 80% del importe máximo adjudicado.

El Valor Estimado de la Contratación, se establece en un máximo de **DOS MILLONES QUINIENTOS SESENTA Y CINCO MIL EUROS (2.565.000,00 €)**, IVA o impuestos indirectos equivalentes excluidos.

La adjudicación se realizará por el precio máximo de licitación, en base la Oferta económica reflejada en el tarifario y fee de la empresa licitadora que obtenga la mayor puntuación global

9. FORMA DE PAGO

A la recepción de conformidad por parte de Correos de los servicios o bienes contratados, el adjudicatario emitirá la correspondiente factura.

Las facturas emitidas por el adjudicatario deberán ajustarse a lo establecido en el Reglamento de facturación vigente.

Se podrán realizar pagos parciales contra las entregas de bienes o servicios recibidos de conformidad.

Para el pago de facturas giradas por el adjudicatario, Correos utilizará los siguientes medios de pago:

- **Transferencia bancaria.** Correos ordenará la transferencia para el pago de la factura en los 60 días naturales siguientes a la fecha de su emisión, coincidente con el calendario de pagos de Correos.
- **Confirming.** Correos dispone del servicio de confirming con entidades financieras que facilita al adjudicatario el anticipo del importe de sus facturas.

- En ningún caso se considerará como medio de pago el uso de servicios de factoring, cesiones de crédito o cualquier otro de similar naturaleza, sin perjuicio de la utilización del servicio de confirming de Correos que figura en el punto anterior.

En caso de que el adjudicatario no estuviera interesado en el anticipo de sus facturas, el importe de las mismas se abonaría mediante transferencia bancaria en los 60 días naturales siguientes a la fecha de su emisión, coincidente con el calendario de pagos de Correos.

Se requiere que el proveedor adjudicatario del contrato gestione la facturación del mismo mediante factura electrónica en el formato facturae que determine Correos (actualmente es 3.2) y a través de la plataforma que señale Correos (actualmente se utiliza la VAN de EDICOM (EDIWIN), para la recepción y envío de facturas).

Tras la adjudicación, se proporcionará la información obligatoria para el facturae 3.2 y los campos donde deben incluirse (Ej.: Expediente, Órgano Gestor, Codired,...). La falta de dicha información conllevará el rechazo de la factura.

Como campos específicos de Correos, como mínimo se proporcionará:

Campo	Facturae 3.2
Expediente	Facturae/Invoices/Invoice/Items/InvoiceLine/FileReference
Lote	Facturae/InvoiceAdditionalInformation
Grupo Gestor	Facturae/Parties/BuyerParty/AdministrativeCentres/AdministrativeCentre/CentreCode
Descripción de la operación	Facturae/Invoices/Invoice/AdditionalData/InvoiceAdditionalInformation
Fecha de la operación	Facturae/Invoices/Invoice/InvoiceIssueData/OperationDate
Grupo Gestor	Facturae/Parties/BuyerParty/AdministrativeCentres/AdministrativeCentre/CentreCode (RoleTypeCode 02)
Nº línea del pedido	Facturae/Invoices/Invoice/Items/InvoiceLine/SequenceNumber
Referencia legal	Facturae/Invoices/Invoice/Items/InvoiceLine/AdditionalLineItemInformation

La adjudicación conlleva la aceptación del requisito de facturación electrónica, por lo que el incumplimiento en esta tramitación electrónica conllevará una reducción del 10% sobre el importe de la factura que Correos reciba fuera de lo recogido en este punto en concepto de gastos por tramitación de factura no electrónica.

10. PENALIZACIONES

El adjudicatario queda obligado al cumplimiento del plazo de ejecución del presente Pliego así como de las acciones programadas. El incumplimiento por causa imputable al adjudicatario dará lugar a que incurra en mora de manera automática, sin que sea precisa la intimación de Correos.

A continuación se describen los parámetros mínimos a gestionar y los objetivos de calidad de servicio a cumplir en cada caso por la empresa adjudicataria. La inclusión de parámetros adicionales será a criterios de Correos.

Las desviaciones o el grado de cumplimiento se deberán medir de forma porcentual frente al objetivo vigente en cada momento. Cada vez que se produzcan incumplimientos en estos parámetros se presentará una memoria justificativa y una propuesta de Acciones correctoras.

El incumplimiento sin justificación será motivo de penalización económica, e inclusión de revisión y resolución de contrato, tal y como se indica a continuación:

	Parámetro de servicio	Requisito de cumplimiento	Penalizaciones en caso de incumplimiento
1	Plazo de envío de propuestas	Se deberán remitir propuestas para acciones en el plazo máximo de 5 días, salvo que por el tipo de proyecto Correos establezca un plazo superior.	1 ó 2 retrasos injustificados en un mes: se penalizará con una reducción del fee mensual en un 10%
2	Disponibilidad de equipo	100% de disponibilidad en el horario de 9 a 20h de L a V Y cobertura en fin de semana para eventos y comunicaciones especiales	1 ó 2 casos de no disponibilidad injustificados en un mes: se penalizará con una reducción del fee mensual en un 10%

El pago de la pena pecuniaria no sustituirá al resarcimiento de daños y perjuicios por incumplimiento del adjudicatario ni le eximirá de cumplir con las obligaciones contractuales, pudiendo Correos exigir, conjuntamente, el cumplimiento de dichas obligaciones y la satisfacción de la pena pecuniaria estipulada, que se imputará a factura y/o fianza, sin perjuicio de que Correos pueda optar por la resolución del Contrato y la reclamación de daños y perjuicios al adjudicatario.

11. REVISIÓN DE PRECIOS

Queda excluida cualquier modificación o revisión del precio adjudicado.

12. SOLICITUD DE PARTICIPACIÓN, PRESENTACIÓN DE OFERTAS Y REGIMEN JURIDICO

Los servicios se prestarán en base a lo descrito en el presente documento de Condiciones Técnicas así como en los Anexos, que se facilitarán a aquellas empresas licitantes que confirmen su participación en este pliego mediante correo electrónico a la siguiente dirección buzon_contratacion_servicios@correos.com. La documentación será entregada bajo firma de una persona capacitada de la empresa que acredite su condición, obligándose a guardar confidencialidad sobre su contenido mediante la firma del acuerdo de confidencialidad referido en el apartado 1 de este Pliego y a usar dicha información a los exclusivos fines de la oferta asociada al presente expediente.

Las empresas que deseen presentar oferta deberán preparar y presentar obligatoriamente todos los sobres de sus proposiciones de forma telemática a través de la Plataforma de Contratación del Sector Público PCSP (<https://contrataciondelestado.es>) utilizando para ello la "Herramienta de Preparación y Presentación de Ofertas" que se descargará en su equipo local. Todo ello de acuerdo con lo previsto en la "Guía de los Servicios de Licitación Electrónica para Empresas: Preparación y presentación de proposiciones" que podrán encontrar en el siguiente enlace:

<https://contrataciondelestado.es/wps/portal/guiasAyuda>

A estos efectos, es preciso ser usuario registrado de la Plataforma de Contratación del Sector Público y rellenar tanto los datos básicos como los datos adicionales (Ver "Guía de Utilización de la Plataforma de Contratación del Sector Público para Empresas.- Guía del Operador Económico" disponible en el anterior enlace).

Cuando se requiera la presentación electrónica, toda proposición que por cualquier causa no sea presentada por medios telemáticos será automáticamente inadmitida del procedimiento de licitación.

En el caso de que cualquiera de los documentos de una proposición no pueda visualizarse correctamente, se permitirá que, en un plazo de 24 horas desde que se le notifique dicha circunstancia, el licitador presente dicho documento en formato digital. El documento

presentado posteriormente no podrá sufrir ninguna modificación respecto al original incluido en la proposición. Si Correos comprueba que el documento ha sufrido modificaciones, la proposición del licitador no será tenida en cuenta.

Cuando se requiera la firma electrónica de sobres o documentos, ésta deberá realizarse con aquellos certificados electrónicos emitidos por proveedores de servicios de certificación reconocidos por la plataforma @firma. Para más información, consulte el siguiente enlace:

<http://administracionelectronica.gob.es/pae/afirma-anexo-psc>

Se recomienda que antes de realizar la firma de los documentos y sobres verifique que dispone de un certificado válido. Para ello consulte el apartado 2.2.2.3 de la Guía de Utilización de la Plataforma de Contratación del Sector Público para Empresas (Guía del Operador Económico).

No obstante, las personas extranjeras podrán firmar con otros certificados siempre que justifiquen que los mismos son generalmente aceptados en la contratación del sector público de su país.

Los licitadores que presenten sus documentos de forma electrónica podrán presentar en el registro de Correos, en soporte físico electrónico, una copia de seguridad de dichos documentos de acuerdo con lo previsto en la Disposición adicional decimosexta de la LCSP.

Cuando la forma de presentación sea electrónica las comunicaciones de los elementos esenciales del procedimiento de contratación y notificaciones se harán a través de la Plataforma de Contratación del Sector Público a la dirección de correo utilizada para constituirse en usuario registrado en la misma o, cuando ello no resultara posible, directamente a la citada dirección.

Las ofertas se presentarán de acuerdo con lo establecido en los apartados 13 y 14 del Pliego de Condiciones Generales.

Cada empresa deberá adjuntar, de forma clara y completa, en todos los sobres los datos referidos a la misma, al efecto de facilitar los futuros contactos, necesarios con ella:

- Denominación social.
- Persona de contacto (nombre y apellidos).
- Dirección, Tfno., e-mail.

En respuesta al anuncio de licitación de esta contratación, y dentro del plazo previsto en dicho anuncio, los interesados en participar deberán hacer su solicitud de participación de forma telemática a través de la Plataforma de Contratación del Sector Público PCSP (<https://contrataciondelestado.es>) por cualquiera de los medios previstos en el artículo 74 de la Ley 31/2007, de 30 de octubre, sobre procedimientos de contratación en los sectores del agua, la energía, los transportes y los servicios postales. Dicha solicitud de participación, deberá

incluirse en el **SOBRE NÚMERO 2 “Documentación general”** a que se refiere el apartado 14.2 del Pliego de Condiciones Generales, debiendo presentarse de forma telemática en los términos previstos en el apartado 13 de dicho Pliego de Condiciones Generales, y contener exclusivamente la documentación exigida para el mismo.

Para participar en esta contratación deberá acreditarse la suficiente solvencia económica y financiera. Los licitadores deberán de cumplir obligatoriamente unos requisitos mínimos de solvencia técnica y económica que permitan asegurar a Correos que las empresas licitadoras cumplen con los niveles máximos de exigencia, para gestionar los trabajos y servicios que implican la adjudicación de este expediente:

Solvencia Económica

- Volumen anual de negocios igual o superior a 2.000.000 €, referido al mejor ejercicio dentro de los últimos tres años disponibles. Se acreditará mediante la aportación de las cuentas anuales.

Solvencia Técnica

- Declaración sobre la plantilla media anual de la empresa durante los tres últimos años entendiéndose cumplido este requisito los licitadores que acrediten tener un mínimo de 50 trabajadores. Se aceptará un compromiso de adscripción de medios.

La no presentación de esta documentación supondrá la desestimación automática de la oferta.

Finalizado el plazo de presentación de solicitudes de participación y, comprobada la documentación acreditativa de la personalidad y del cumplimiento de los requisitos de participación exigidos, la S.E. Correos y Telégrafos, S.A., S.M.E., procederá a enviar invitación a presentar oferta a todos los candidatos que cumplan los requisitos de solvencia.

La presentación de la oferta se hará mediante la presentación del “SOBRE NÚMERO 1” y el “SOBRE NÚMERO 3”, previstos en los apartados 14.1 y 14.3, respectivamente, del Pliego de Condiciones Generales”, y en los términos previstos en el apartado 13 de dicho Pliego.

Solo pueden presentar su oferta las empresas que han sido invitadas por esta Sociedad, y que previamente hubieran solicitado su participación de forma telemática a través de la Plataforma de Contratación del Sector Público (PCSP).

Con carácter general, y con la finalidad de que los licitadores tengan la información necesaria sobre la situación actual y la solicitada en Pliego y a fin que puedan elaborar las oportunas ofertas, se entregará a través de la plataforma de contratación y bajo compromiso por escrito de confidencialidad el anexo 1. Dicho anexo será entregado a las empresas interesadas en presentar oferta, previa petición que se realizará a través de la plataforma de contratación por aquellas que hayan sido previamente invitadas por la Subdirección de Compras a presentar

ofertas. La Subdirección de Compras invitará a presentar oferta a todos aquellos licitadores que cumplan con los criterios de solvencia establecidos en el PCPT.

Dicha documentación será entregada una vez recibido el compromiso con la firma del representante/apoderado de la empresa con poder notarial que acredite su condición, obligándose a guardar confidencialidad sobre su contenido y a usar dicha información a los exclusivos fines de elaboración de la oferta asociada al presente expediente.

- **DOCUMENTACIÓN TÉCNICA (Sobre nº 1, que se indica en el punto 14.1. del Pliego de Condiciones Generales), se debe aportar la siguiente documentación:**

1. Descripción técnica de lo solicitado de acuerdo a la estructura del Punto "CRITERIOS DE VALORACIÓN", de este pliego.
2. Ejercicio Práctico correspondiente que figura en el Anexo II
3. Declaración responsable en la que se indique el porcentaje de trabajadores con discapacidad o en situación de exclusión social en la plantilla.
4. Declaración responsable en la que se indique el porcentaje de mujeres empleadas y el número de contratos temporales en la plantilla.

Las empresas licitadoras deberán presentar la propuesta de acción que ha sido definida definido en los puntos anteriores que recoja lo siguiente:

- Presentación del Brief (Caso práctico – Anexo II)

- **DOCUMENTACION ECONÓMICA (Sobre nº 3, que se indica en el punto 14.3. del Pliego de Condiciones Generales), se debe aportar la siguiente documentación:**

1. Deberán cumplimentar el Anexo III "Oferta Económica" según se detalla en el Pliego de Condiciones Técnicas. Todos los precios estarán establecidos en euros (€) y expresados con un máximo de dos decimales.

Los licitadores, al tiempo de formular su oferta, deberán indicar expresamente y por escrito, todos y cada uno de los documentos y/o información contenidos en la misma que deban ser considerados como confidenciales, justificando debidamente la procedencia de dicha calificación.

13.CRITERIOS DE VALORACIÓN

Los criterios para la valoración de ofertas para el pliego se aplicarán en dos fases. La primera fase (técnica) utilizará criterios sin aplicación de fórmula matemática y se ponderará con un máximo de 51 puntos. En la segunda fase (económica) se aplicarán criterios valorables mediante la aplicación de fórmulas matemáticas y se ponderará con un máximo de 49 puntos.

Se definirá una Puntuación Global (PG) que estará compuesta por la suma de la puntuación asignada en cada una de las fases con un máximo de 100 puntos.

Si hubiera dos o más licitadores con la misma puntuación global, la adjudicación recaerá en quien tenga mejor puntuación económica. En caso de continuar el empate se tendrá en consideración la mejor puntuación técnica. Si persiste en empate entre dos o más licitadores, el criterio de desempate sería:

- Mayor porcentaje de trabajadores con discapacidad en la plantilla, primando en caso de igualdad el mayor número de trabajadores fijos con discapacidad en plantilla.
- Menor porcentaje de contratos temporales en la plantilla de cada una de las empresas.
- Mayor porcentaje de mujeres empleadas en la plantilla de cada una de las empresas.

Los criterios de desempate se aplicarán en el orden señalado subsidiariamente unos de otros.

13.1. PUNTUACIÓN GLOBAL (PG)

La Puntuación Global estará compuesta por la suma de la Puntuación Primera Fase (Puntuación Técnica) y la Puntuación Segunda Fase (Puntuación Económica).

$$PG = PP + PS$$

Donde:

- PG = Puntuación global
- PP = Puntuación primera fase
- PS = Puntuación segunda fase

La puntuación global (PG) estará compuesta por la suma de la puntuación asignada en cada una de las fases con un máximo de 100 puntos.

13.2. PUNTUACIÓN TÉCNICA (1ª FASE)

La puntuación técnica de una oferta estará constituida por la suma de las puntuaciones parciales asignadas a cada uno de los criterios a valorar, con un máximo de 51 puntos. Las ofertas que no alcancen una puntuación mínima de 26, o sean puntuadas con 0 en alguno de los criterios valorables no serán admitidas.

CRITERIOS DE VALORACIÓN	PUNTUACIÓN
ESTRATEGIA CREATIVA	
<p>Estrategia general de comunicación y alineación con los objetivos de la marca:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Estrategia general de comunicación.....13 PUNTOS. <i>Dentro de este apartado, se valorará:</i> <i>Se valorará que la estrategia de marketing y comunicación presente:</i> <ul style="list-style-type: none"> ○ <i>Análisis de la situación y estudios del mercado, de la competencia y del consumidor lo más completos y actualizados posibles. Se solicita como mínimo que las empresas hayan desarrollado un estudio del mercado y un análisis de Correos como marca y su papel dentro del ecommerce, investigación de los diferentes targets y su ciclo de vida. Estudio/s sobre la competencia a nivel publicitario y cualquier otra investigación de interés para la realización de su propuesta.....7 puntos</i> ○ <i>Unos objetivos claros y coherentes con el posicionamiento de la marca3 puntos</i> ○ <i>Formulación cuantitativa y/o cualitativa de los objetivos y forma de medición2 puntos</i> ○ <i>Definición de las comunidades/audiencias a las que nos vamos a dirigir y de sus intereses....1 punto</i> ➤ Alineación de la estrategia general con los objetivos de la marca y coherencia con el nuevo posicionamiento de Correos..... 8 PUNTOS. <i>Será importante que la idea planteada en cuanto al espacio o territorio que queremos que la marca ocupe en la mente sea:</i> <ul style="list-style-type: none"> ○ <i>diferente de la competencia (por eso será importante ver los territorios de la competencia analizados en la estrategia) 4 puntos</i> ○ <i>atractivo y relevante para (que coincidan con los intereses de las audiencias definidas en la estrategia) 4 puntos</i> 	De 0 a 21
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Impacto y notoriedad del mensaje y del concepto creativo.....11 PUNTOS. <ul style="list-style-type: none"> ○ <i>Capacidad de asociación inmediata a la marca/producto. Diferenciación y memorabilidad. Sencillez y claridad (rápida percepción del mensaje principal)..... 6 puntos</i> ○ <i>Nivel de comprensión y facilidad de entendimiento. 5 puntos.</i> ➤ Originalidad en el concepto.4 PUNTOS. <ul style="list-style-type: none"> ○ <i>Entendiéndose como tal que no se haya realizado anteriormente por Correos u otra empresa del sector..... 4 puntos.</i> ➤ Impacto del concepto creativo4 PUNTOS. <ul style="list-style-type: none"> ○ <i>Que permita asociar a Correos como una empresa innovadora.</i> 	De 0 a 19

<p><i>El concepto tiene que hablar de los atributos de la marca (innovación, modernidad y digitalización), y al mismo tiempo respetar los valores intrínsecos de la marca (cercanía, credibilidad y seguridad)..... 4 puntos.</i></p>	
<p>Concepto creativo capaz de declinarse a todo tipo de disciplinas, medios y canales:</p> <p>➤ Flexibilidad y capacidad de adaptación a piezas, calidad, duraciones, formatos y emplazamientos.11 PUNTOS.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ <i>Se valorará que la idea creativa tenga recorrido en el tiempo, de manera que no sea un concepto puntual..... 5 puntos</i> ○ <i>Calidad en las piezas presentadas: Las maquetas deberán contar con una gran calidad creativa (referido a estilo de fotografía, composición adecuada de textos y visuales, maquetación que ayude a la comprensión de los mensajes). 3 puntos</i> ○ <i>Se valora en este apartado la presentación de formatos que Correos no haya utilizado anteriormente, o que habiendo sido utilizados, encajan con la imagen actual que Correos quiere transmitir.....3 puntos</i> 	<p>De 0 a 11</p>
<p>TOTAL</p>	<p>51 puntos</p>

13.3. PUNTUACIÓN ECONÓMICA (2º FASE)

La adjudicación será por el precio máximo de licitación, 950.000 €, si bien la valoración económica se realizará en base al "fee" de Agencia y los costes establecidos en el Tarifario de Producción como referencia:

- a) **Fee de agencia.**
- b) **Precios unitarios de producción (Tarifario).** Se incluirán los elementos relacionados en el **Anexo III** (Tarifario).

$$PS_n = 49 \left(1 - \frac{PO_n - PSe}{PL} \right)$$

Donde:

PS_n = Puntuación Segunda Fase Oferta "n"

PS_{max} = Máxima Puntuación Económica posible =49

PL = Presupuesto de licitación

PO_n = Presupuesto de la oferta "n"

PSe = Presupuesto oferta más económica

En el caso concreto de los precios de producción (Tarifario), se valorará según la suma de los precios unitarios ofertados por el licitador en el Anexo III. El precio o presupuesto de la oferta será: el total resultante del sumatorio de los precios de Producción con una ponderación del 35% más el fee con una ponderación del 65%.
(Tarifario x 35% + Fee x 65%)

14. ALTERNATIVAS Y NEGOCIACION

En la presente contratación no se admiten variantes o alternativas a la oferta que se formule. Dentro del proceso de contratación, el Grupo Correos negociará con todos los licitadores, técnicamente cualificados, la posibilidad de obtener mejoras económicas en una oferta global. El procedimiento de negociación económica será electrónico, a través de la Plataforma de Contratación del Sector Público. Correos publicará en el mismo los precios iniciales ofertados por los licitadores, dando un plazo para la presentación de las nuevas ofertas económicas.

15. BAJAS DE LICITACIÓN

Podrán quedar excluidas y no tomarse en consideración aquellas ofertas que hagan una proposición económica anormalmente baja, consideradas así aquellas con un porcentaje de baja que exceda, por lo menos, de diez unidades porcentuales de la media aritmética de los porcentajes de baja de todas las ofertas admitidas. Cada oferta admitida se valorará cuantitativamente en función del porcentaje de baja respecto al Presupuesto de Licitación.

Correos solicitará por escrito, al licitador o licitadores cuya oferta económica sea anormalmente baja, las justificaciones que considere oportunas sobre la composición de la citada oferta económica, con el fin de determinar si la misma debe ser tomada en consideración para la adjudicación. El licitador dispondrá de un plazo máximo de tres días hábiles, a contar desde la fecha en que reciba la solicitud, para presentar las justificaciones que estime convenientes.

Si transcurrido este plazo no se hubiera recibido dichas justificaciones, la empresa licitadora quedará excluida. Si se recibieran en plazo las citadas justificaciones, Correos decidirá, de forma motivada, bien la aceptación de la oferta, contando con ella a todos los efectos para resolver lo que proceda en relación con la adjudicación del contrato, o bien el rechazo de dicha oferta cuando presuma fundadamente que la proposición no puede ser cumplida como consecuencia de la inclusión en la misma de valores anormales o desproporcionados.

En el caso de que una de estas ofertas económicas consideradas anormalmente bajas, resulte adjudicataria, se exigirá una garantía definitiva equivalente al porcentaje de baja propuesto aplicado sobre el importe de adjudicación y nunca inferior al 20% de dicho importe, excluido IVA o cualquier otro impuesto indirecto equivalente, la cual sustituirá a la que figura en el "Cuadro de Características" que rige para esta licitación.

En el caso de que una de estas ofertas económicas consideradas anormalmente bajas, resulte adjudicataria, se exigirá una garantía definitiva equivalente al porcentaje de baja propuesto aplicado sobre el importe de adjudicación y nunca superior al 10% de dicho importe, excluido

IVA o cualquier otro impuesto indirecto equivalente, la cual sustituirá a la que figura en el Cuadro de Características que rige esta contratación.

16. SUBCONTRATACIÓN

No está autorizada la cesión ni la subcontratación de las prestaciones objeto del presente contrato, sin la previa autorización por escrito de la S.E. Correos y Telégrafos, S.A., S.M.E. Aunque se produzca la subcontratación consentida, se reputará, a todos los efectos, como único contratista a la empresa adjudicataria, quien responderá ante la S.E. Correos y Telégrafos, S.A., S.M.E. de la total ejecución del contrato. En el caso de responsabilidad que tuviera origen o hubiera sido motivada por o con ocasión de la prestación de los servicios subcontratados, será el adjudicatario el que, en primer término responderá frente a la S.E. Correos y Telégrafos, S.A., S.M.E.

17. DIRECCIÓN DE PROYECTO

A los efectos de seguimiento y control del expediente y resolución de las incidencias técnicas que puedan presentarse a lo largo de su desarrollo, la S.E. Correos y Telégrafos, S.A., S.M.E., designa como Dirección del Proyecto a la unidad que se indica al final de este apartado.

Por su parte, cada licitador incluirá en su oferta el nombre, teléfono de contacto y correo electrónico de su propio Director del Proyecto. Este será el único interlocutor válido con la S.E. Correos y Telégrafos, S.A., S.M.E.

Dirección del Servicio:

Dirección Comunicación y Marketing

Email:

marlyn.chavez@correos.com

david.alvarez@correos.com

sara.cubillo@correos.com

18. PROPIEDAD INDUSTRIAL E INTELECTUAL

Los datos manejados, así como el material y la documentación que se genere en la ejecución del contrato serán propiedad industrial e intelectual de Correos.

El adjudicatario exonerará a Correos de cualquier tipo de responsabilidad frente a terceros por reclamaciones de cualquier índole dimanantes de los suministros, materiales, procedimientos y medios utilizados para la ejecución del contrato objeto del presente Pliego procedentes de los titulares de derechos de propiedad intelectual e industrial sobre los mismos.

En caso de acciones dirigidas contra Correos por terceros titulares de derechos sobre los medios utilizados por el adjudicatario para la ejecución del contrato, éste responderá ante

Correos del resultado de dichas acciones, estando obligado, además, a prestarle su plena ayuda en el ejercicio de las acciones que competen a Correos.

El adjudicatario no podrá hacer uso del nombre, marcas o signos distintivos facilitados por Correos para la ejecución de la contratación objeto de este Pliego, fuera de las circunstancias y para los fines expresamente pactados en éste, ni una vez terminada la vigencia del mismo.

19. OBLIGACIONES DEL ADJUDICATARIO

Con objeto de dar adecuado cumplimiento al artículo 24 de la Ley 31/1995 de Prevención de Riesgos Laborales, al R.D. 171/2004 por el que se desarrolla el precitado artículo, y a la demás normativa en materia de coordinación de actividades empresariales para la prevención de los riesgos laborales, la empresa adjudicataria del procedimiento de contratación se obliga a utilizar los medios de coordinación y los sistemas y procedimientos de información que Correos designe.

La empresa adjudicataria asumirá íntegramente cuantas responsabilidades se deriven del incumplimiento de sus obligaciones en materia laboral, de Seguridad Social, fiscal y de seguridad e higiene en el trabajo exonerando en todo caso a la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A., S.M.E. de aquellas y de las que con carácter solidario o subsidiario puedan imputársele. En tal sentido la empresa adjudicataria se obligará a mantener indemne a la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos S.A., S.M.E. ante cualquier tipo de reclamación resolución o condena. En el supuesto de que la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A., S.M.E. debiera asumir alguna responsabilidad, estará autorizada por la empresa adjudicataria a resarcirse mediante imputación a fianza de la totalidad de la cuantía económica soportada y de los perjuicios ocasionados. Se exceptúa de lo dispuesto anteriormente las responsabilidades derivadas de la aplicación del artículo 42.3 del Real Decreto Legislativo 5/2000, de 4 de agosto, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de Infracciones y Sanciones en el Orden Social

20. CONDICIÓN ESPECIAL DE EJECUCIÓN

En el caso de que para la ejecución del contrato sea necesaria una contratación nueva de personal y la empresa adjudicataria cuente con una representación desequilibrada de mujeres en plantilla, deberá realizar para la ejecución del contrato, y durante todo el plazo de ejecución, al menos una nueva contratación de mujer o transformar al menos una contratación temporal de mujer en contratación indefinida. Se entenderá por plantilla desequilibrada aquella que cuente con una representación o presencia de mujeres inferior al 40 por ciento del total de la misma.

A la finalización del contrato la empresa adjudicataria certificará a Correos el cumplimiento de esta cláusula.

21. CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES DE PAGO Y PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

El adjudicatario deberá acreditar el cumplimiento de todas sus obligaciones salariales y con la Seguridad Social durante el periodo de ejecución del contrato cuando sea requerido por Correos.

En el caso de incumplimiento por parte del adjudicatario de las obligaciones en materia de salarios, Seguridad Social y Prevención de Riesgos Laborales, así como la no acreditación del cumplimiento de dichas obligaciones, facultará a CORREOS a no hacer efectivo el pago de las facturas pendientes, hasta el total cumplimiento de dichas obligaciones o su acreditación y será causa de resolución del presente contrato el incumplimiento de dicha obligación por parte del adjudicatario.

22. CLÁUSULA DE ACEPTACIÓN Y ADHESIÓN A LAS POLÍTICAS DE PREVENCIÓN DE IMPUTACIONES DELICTIVAS

La empresa adjudicataria vendrá obligada a adherirse a los procedimientos y políticas internas implantadas en la S.E. Correos y Telégrafos, S.A., S.M.E. (Correos), a los fines de dar un adecuado y correcto cumplimiento al contrato que suscriba

A los efectos anteriores, la empresa adjudicataria deberá consultar el Código General de Conducta para el correcto cumplimiento del mismo que aparece en el documento “programa de prevención de riesgos penales” accesible a través de la web de Correos accesible a través de la página web de Correos www.correos.com dentro del apartado “Transparencia/Información Organizativa/Buen Gobierno”.

Sin perjuicio de lo anterior, Correos facilitará en cualquier momento, a requerimiento de la empresa adjudicataria, el Código General de Conducta para el correcto cumplimiento del mismo. Igualmente, Correos procurará el correcto entendimiento de los procedimientos y políticas internas que se trasladen a la empresa adjudicataria, y solucionará cuantas incidencias y cuestiones surjan en relación con la aplicación de los mismos.

La empresa adjudicataria vendrá obligada a guardar estricto secreto sobre los procedimientos y políticas internos, no difundiéndolos ni dándolos a conocer a terceros salvo en los casos expresamente previstos en la Ley.

El incumplimiento por parte de la empresa adjudicataria de los procedimientos y políticas internas implantadas en Correos y de lo prevenido en el Código General de Conducta, será causa de resolución del contrato.

23. ACLARACIONES

Las dudas o consultas relacionadas con la interpretación del contenido de este Pliego se realizarán obligatoriamente a través de la Plataforma de Contratación del Sector Público, siendo éste el único canal mediante el que serán atendidas.

Madrid, diciembre de 2019.

TÉCNICO



FDO. David Alvarez Cibanal

DIRECTORA DE COMUNICACIÓN Y MARKETING



EVA PAVO LÓPEZ

