SERRANO ANTÓN, JESÚS ÁNGEL 09/05/2019 14:10:09
Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico administrativo archivado por la Comunidad Autónoma de Murcia, según artículo 27.3.c) de la Ley 39/2015. Los firmantes y las fechas de firma se muestran en los recuadros.
Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: https://sede.carm.es/verificardocumentos e introduciendo del código seguro de verificación (CSV) CARM-7062dd7f-7253-c55d-5267-0050569b34e7

MEMORIA JUSTIFICATIVA DEL CONTRATO BASADO EN EL ACUERDO MARCO DE SERVICIOS DIRIGIDO A LA PLANIFICACIÓN Y COMPRA DE ESPACIOS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y DEMÁS SOPORTES PUBLICITARIOS, PARA LA DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL (EXPTE 3/2018), PARA LA DIFUSIÓN DE LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL "PLAN INFOMUR 2019"

1. DESCRIPCIÓN DE LA CAMPAÑA.

- **Denominación:**
  Plan Infomur 2019.

- **Objetivo que se persigue:**
  Esta campaña publicitaria tiene como objetivo informar a los ciudadanos sobre los dispositivos que se activan en el marco del plan de protección civil de emergencias por incendios forestales para proteger a las personas, los bienes y el medio ambiente de los riesgos de incendios forestales y sobre las actuaciones a seguir por los ciudadanos. Esta campaña forma parte del Plan de Comunicación y Publicidad Institucional aprobado por el Consejo de Gobierno de la Comunidad Autónoma de Murcia el día 3 de mayo de 2019, con el código de identificación campaña nº5.8.

  Este objetivo se enmarca dentro de lo previsto en el artículo 2.1.b),d) e) y (f de la Ley 13/2018, de 29 de noviembre, de Comunicación y Publicidad Institucional de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.

- **Público objetivo:**
  Ciudadanos residentes en la Región de Murcia mayores de 16 años.

- **Duración de la campaña:**
  La campaña debe dar comienzo en el mes de junio de 2019. La campaña debe estructurarse en una fase de lanzamiento de una semana mediante el uso de todos los medios que figuran a continuación y otra fase de mantenimiento que debe prolongarse hasta el 30 de septiembre únicamente en las televisiones de ámbito autonómico y local y radios que se indican más adelante.

- **Medios requeridos:**
  Para la difusión de esta campaña se utilizarán únicamente los medios que se relacionan a continuación, pudiendo el adjudicatario del contrato basado combinarlos como mejor convenga por razones de eficacia publicitaria, pero debiendo emplear todos ellos.

SERRANO ANTÓN, JESÚS ÁNGEL 09/05/2019 14:10:09
Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico administrativo archivado por la Comunidad Autónoma de Murcia, según artículo 27.3.c) de la Ley 39/2015. Los firmantes y las fechas de firma se muestran en los recuadros.
Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: https://sede.carm.es/verificardocumentos e introduciendo del código seguro de verificación (CSV) CARM-7062dd7f-7253-c55d-5267-0050569b34e7

Los medios y soportes serán los previstos en los siguientes subapartados del apartado III del pliego de prescripciones técnicas particulares del Acuerdo Marco:

1) Diarios:
1.1. Edición impresa.
Diarios La Verdad y La Opinión. Una sola inserción de robapáginas 8x4 coincidiendo con la presentación del Plan Infomur 2019. La fecha concreta de publicación será comunicada oportunamente al adjudicatario una vez que se conozca el calendario de presentación del Plan Infomur 2019.
1.2. Edición digital.

2) Radios:
2.1 Radios generalistas.
Cadena Ser, Cadena Cope, Onda Cero y Onda Regional. En el caso de las tres primeras cadenas, se debe plantear una programación que combine tanto emisiones en circuito regional como en las emisoras locales de dichas cadenas en Noroeste, Altiplano, Mula y Vega Media.
2.3 Radios municipales
Radio Abarán, Radio Archena, Caravaca Radio (Caravaca de la Cruz), Más FM Begastri (Cehegín), Radio Compañía (Molina de Segura), Radio Nogalte (Puerto Lumbreras) y Radio Municipal de Calasparra.

3) Televisiones de ámbito autonómico y local:
3.1. Televisiones de titularidad privada y cobertura autonómica o por demarcación de concesión.
Televisión Murciana y Popular TV
3.2. Televisiones locales y comarcales que difunden su programación por cable.
TV Moratalla, TV Totana, Tele Alhama, Tele Bullas, Tele Calasparra, Tele Caravaca, Tele Cehegín, Tele Jumilla, Tele Librilla, Tele Mula y Teleyecla.

- **Formatos:**
  Se utilizarán los siguientes formatos:
  - Diarios edición impresa: robapáginas 8x4.
  - Diarios edición digital: gifs animados de 970x90 y 300x60.
  - Radios: Cuña de 20”.
  - Televisión: Spot de 20”.

- **Cobertura mínima que ha de alcanzar la campaña:**
  40%.

2. PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN.

SERRANO ANTÓN, JESÚS ÁNGEL 09/05/2019 14:10:09
Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico administrativo archivado por la Comunidad Autónoma de Murcia, según artículo 27.3.c) de la Ley 39/2015. Los firmantes y las fechas de firma se muestran en los recuadros.
Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: https://sede.carm.es/verificardocumentos e introduciendo del código seguro de verificación (CSV) CARM-7062dd7f-7253-c55d-5267-0050569b34e7

El presupuesto base de licitación es de 14.500€ (IVA incluido).

La elaboración del presupuesto base de licitación se ha realizado teniendo en cuenta los precios de mercado. Atendiendo a los ratios sectoriales publicados por el Banco de España y referidos al sector de actividad M731 (Publicidad), los costes calculados para su determinación se desglosan de la siguiente forma:

- Costes directos: 82,18%
- Costes indirectos: 12,47%
- Beneficio industrial: 5,35%

El contrato se financiará con cargo a la partida presupuestaria 20.02.00.112B.226.02, proyecto de gasto 36234, del Presupuesto General de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia para el ejercicio 2019.

3. VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO.

El valor estimado del contrato es de 11.983,47€.

Para la determinación del valor estimado del contrato, se ha tomado el importe total pagadero, sin incluir el Impuesto sobre el Valor Añadido.

4. PRECIO DEL CONTRATO.

El precio del contrato es de 14.500€ IVA incluido, según el siguiente desglose:

Base imponible:	11.983,47€
Importe del IVA:	2.516,53€
Importe total:	14.500€
Cofinanciación:	0

El precio del contrato se ha determinado a tanto alzado, atendiendo al precio general de mercado.

5. PLAZO DE PRESENTACIÓN DE OFERTAS.

El plazo de presentación de ofertas de cada una de las empresas es de 4 días hábiles.

6. PLAZO DE DURACIÓN DEL CONTRATO BASADO.

Seis meses a contar a partir del día siguiente al de la notificación de su adjudicación.

SERRANO ANTÓN, JESÚS ÁNGEL 09/05/2019 14:10:09
Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico administrativo archivado por la Comunidad Autónoma de Murcia, según artículo 27.3.c) de la Ley 39/2015. Los firmantes y las fechas de firma se muestran en los recuadros.
Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: https://sede.carm.es/verificardocumentos e introduciendo del código seguro de verificación (CSV) CARM-7062dd7f-7253-c55d-5267-0050569b34e7

7. PLAZO DE ENTREGA DE LA PROPUESTA DE ESTRATEGIA Y PLAN DE MEDIOS.

4 días hábiles.

8. PERIODICIDAD CON LA QUE SE DEBE FACILITAR AL RESPONSABLE DEL CONTRATO BASADO LA INFORMACIÓN RELATIVA AL SEGUIMIENTO CONTINUO DE LA PUBLICIDAD ORDENADA.

Al finalizar la primera fase de lanzamiento de la campaña se emitirá un informe; durante el resto del periodo de ejecución, un informe mensual.

9. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL PLAN DE MEDIOS.

El plan de medios que presente la empresa adjudicataria del contrato basado deberá cumplir las especificaciones técnicas detalladas en el pliego de prescripciones técnicas del Acuerdo Marco, en la Ley 13/2018, de 29 de noviembre, de Comunicación y Publicidad Institucional de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, así como en la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional en lo que resulte de aplicación.

En particular, las empresas licitadoras deberán atenerse a criterios técnicos en lo relativo a la planificación de medios y soportes de comunicación, de acuerdo con los objetivos y grupos de población destinatarios de la acción, el carácter territorial y la difusión de cada medio dentro de las limitaciones económicas fijadas, de acuerdo con lo establecido en el artículo 7.7 Ley 13/2018, de 29 de noviembre, de Comunicación y Publicidad Institucional de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.

Asimismo, en el diseño del plan de medios deberán tenerse en cuenta criterios de accesibilidad universal y de diseño universal o diseño para todas las personas y de perspectiva de género.

10. CAUSA PREVISTA DE MODIFICACIÓN DEL CONTRATO: AJUSTES EN EL PLAN DE MEDIOS.

Se contempla como causa de modificación del contrato la posibilidad de que la empresa adjudicataria pueda introducir ajustes en el plan de medios inicialmente aprobado o en los sucesivos, para una mejor consecución de los objetivos de la campaña institucional, cuando la campaña no esté consiguiendo la cobertura prevista. A tal efecto, se entenderá que la campaña no está consiguiendo la cobertura prevista cuando en el primer informe que se presente la misma esté

por debajo del 35%.

Tales variaciones no conllevarán, en ningún caso, aumento de coste para la Administración.

El Coordinador de Proyectos

Jesús Serrano Antón

Firmado y datado digitalmente al margen

SERRANO ANTÓN, JESÚS ÁNGEL 09/05/2019 14:10:09
Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico administrativo archivado por la Comunidad Autónoma de Murcia, según artículo 27.3.c) de la Ley 39/2015. Los firmantes y las fechas de firma se muestran en los recuadros.
Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: https://sede.carm.es/verificardocumentos e introduciendo del código seguro de verificación (CSV) CARM-7062dd7f-7253-c55d-5267-0050569b34e7