SERRANO ANTÓN, JESÚS ÁNGEL 04/07/2019 11:48:56
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-fab60929-9e40-38ad-6e41-0050569b6280

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 12 /2018), PARA LA DIFUSIÓN DE LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL "PREVENCIÓN Y ERRADICACIÓN DEL MOSQUITO TIGRE EN LA REGIÓN DE MURCIA"

1. DESCRIPCIÓN DE LA CAMPAÑA.

- **Denominación:**
  Prevención y erradicación del mosquito tigre en la Región de Murcia

- **Objetivo que se persigue:**
  Esta campaña publicitaria tiene como objetivo alertar la población de la Región de Murcia de los peligros que entraña la proliferación del mosquito tigre y, muy especialmente, facilitar información y consejos sobre las acciones cívicas más adecuadas para dificultar la reproducción de este insecto. Esta campaña forma parte del Plan de Comunicación y Publicidad Institucional para 2019, tras ser aprobada su incorporación al mismo por acuerdo del Consejo de Gobierno de la Comunidad Autónoma de Murcia en su reunión del día 3 de julio de 2019, con el código de identificación de campaña nº 2.4.

  Este objetivo se enmarca dentro de lo previsto en el artículo 2.1 apartado e) 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 julio de 2019 y prolongarse hasta el 15 de septiembre.

- **Medios requeridos:**
  Para la difusión de esta campaña se utilizarán únicamente los medios y grupos de 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 04/07/2019 11:48:56
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-fab60929-9e40-38ad-6e41-0050569b6280

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:
1.2. Edición digital. Diarios La Verdad y La Opinión

2) Radios:
2.1 Radios generalistas.
Cadena Ser, Cadena Cope, Onda Cero y Onda Regional.
2.2 Radios temáticas
Kiss FM
2.3 Radios municipales.

3) Televisiones de ámbito autonómico y local:
3.1. Televisiones de titularidad privada y cobertura autonómica o por demarcación de concesión.
7TV Región de Murcia, Televisión Murciana, Popular TV y Canal Mar Menor
3.2. Televisiones locales y comarcales que difunden su programación por cable.

- **Formatos:**
  Se utilizarán los siguientes formatos:

  - Diarios edición digital: gifs animados en formato robapáginas 300x250 px o similar.
  - Radios: Cuña de 20".
  - Televisión: Spot de 20".

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

2. PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN.

El presupuesto base de licitación es de 9.982,5€ (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%

SERRANO ANTÓN, JESÚS ÁNGEL 04/07/2019 11:48:56
Esto 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-fab60929-9e40-38ad-6e41-0050569b6280

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 8.250€.

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 9.982,5 € IVA incluido, según el siguiente desglose:

Base imponible:	8.250 €
Importe del IVA:	1.732,5 €
Importe total:	9.982,5 €
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 es de 4 días hábiles.

6. PLAZO DE DURACIÓN DEL CONTRATO BASADO.

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

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

3 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.

Un informe mensual durante el periodo de ejecución de la campaña.

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 de la 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 04/07/2019 11:48:56
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-fab60929-9e40-38ad-6e41-0050569b6280