



Murcia, en la fecha de firma del documento por el último de los firmantes.

REUNIDOS

De una parte, el Ilmo. Sr. D. Enrique Ujaldón Benítez, en nombre y representación de la Administración General de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia (en adelante, CARM), en calidad de Secretario General de la Consejería de Transparencia, Participación y Portavoz de la CARM, órgano de contratación de la referida Administración, en uso de las atribuciones que le han sido delegadas por Orden de 5 de junio de 2017 de la Consejera de Transparencia, Participación y Portavoz (publicada en el BORM n.º 131 de 8 de junio).

De otra parte, D. José Ángel Villar Gejo, con DNI/NIF núm. 45.685.989-P, y don César García Catalá, con DNI/NIF núm. 2.650.768-H, en nombre y representación de "IRISMEDIA AGENCIA DE MEDIOS, S.L.U.", con NIF B-84584705 y domicilio en Madrid, calle Albasanz, 15, Edif. A, 3ª planta, CP 28037, en calidad de apoderados mancomunados de la citada mercantil, cargos para los que fueron nombrados en escritura de elevación a público de acuerdos sociales relativos a la modificación de estatutos y cese y nombramiento de administradores otorgada ante el notario de Madrid, don José María Madridejos Fernández, el 21 de julio de 2006, bajo el número 2208 de su orden de protocolo, debidamente inscrita en el Registro Mercantil.

Las partes se reconocen competencia y capacidad, respectivamente, para formalizar el presente acuerdo marco.

ANTECEDENTES ADMINISTRATIVOS

PRIMERO: Por Orden de la Consejera de Transparencia, Participación y Portavoz, de 19 de julio de 2018, se inició el expediente de celebración del "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", se aprobó el pliego de prescripciones técnicas (PPT), se determinó la adjudicación del acuerdo marco mediante tramitación ordinaria por procedimiento abierto, se estipuló que el número de empresas adjudicatarias a seleccionar sería como máximo de cinco, se estableció que la adjudicación de los contratos basados en el acuerdo marco se realizaría invitando a las empresas adjudicatarias de aquel a una nueva licitación, se ordenó la redacción del pliego de cláusulas administrativas particulares (PCAP) y se dieron las pautas a seguir una vez se completara el expediente.

SEGUNDO: El informe jurídico respecto al pliego de cláusulas administrativas particulares consta en el expediente tramitado y fue emitido el 19 de julio de 2018.

TERCERO: La aprobación del pliego de cláusulas administrativas particulares y del expediente de celebración del acuerdo marco referido en el antecedente primero, así como la disposición de la apertura del procedimiento de adjudicación del acuerdo marco, con un valor estimado de UN MILLÓN DOSCIENTOS DIEZ MIL EUROS (1.210.000-€), se llevó a cabo por





Orden de la Consejera de Transparencia, Participación y Portavoz de 24 de julio de 2018, previa fiscalización por la Intervención General con fecha de ese mismo día.

CUARTO: La adjudicación del referido acuerdo marco se efectuó a favor de las siguientes empresas, por Orden de esta Consejería de fecha 21 de noviembre de 2018, previa comprobación de que la documentación acreditativa del cumplimiento de requisitos previos se había presentado de forma completa y correcta por todas ellas:

EMPRESA	PUNTUACIÓN	NIF
AVANTE COMUNICACIÓN, S.L.	87,68	B-80518822
MEDITERRANEA DE MEDIOS IBERIA, S.A.	87,18	A-96209937
TALLER DE TÉCNICAS CREATIVAS, S.L.U.	83,33	B-15936776
IRISMEDIA AGENCIA DE MEDIOS, S.L.U.	76,94	B-84584705
MEDIA SAPIENS SPAIN, S.L.U.	71,54	B-86016060

CLÁUSULAS DEL ACUERDO MARCO

PRIMERA: El presente documento tiene por objeto **formalizar 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”**, adjudicado por procedimiento ABIERTO.

SEGUNDA: Las empresas adjudicatarias de este acuerdo marco prestan su conformidad y sometimiento a los pliegos de cláusulas administrativas particulares y de prescripciones técnicas referidos en los antecedentes primero y tercero.

TERCERA.- Las empresas adjudicatarias de este acuerdo marco están obligadas a presentar oferta válida en la licitación para la adjudicación de los contratos basados, pudiendo únicamente eximirse de presentar oferta en una sola ocasión dentro de un mismo plan. La no presentación de oferta en dos contratos basados dentro de un mismo plan o la presentación de oferta no válida en tres ocasiones dentro de un mismo plan, serán causa de resolución del acuerdo marco respecto de esa empresa.

Cada empresa licitadora sólo podrá presentar una única oferta por contrato basado objeto de licitación, no admitiéndose variantes.

Las empresas presentarán oferta mejorando los descuentos para la compra de espacios en medios de comunicación y la comisión de agencia que fueron ofrecidos para la adjudicación del acuerdo marco, que tienen la condición de mínimos. Se trata, pues, en esta segunda licitación de ofrecer descuentos adicionales a los ofrecidos en su día para la adjudicación del acuerdo marco. Por tanto, se considerarán no válidas aquellas ofertas que ofrezcan porcentajes de descuento inferiores a los que la empresa hubiera ofrecido para la adjudicación del acuerdo marco o un porcentaje de comisión de agencia superior al que la empresa hubiera ofrecido para la adjudicación del acuerdo marco.

Puesto que el documento de licitación señalará los medios en que debe ser difundida la campaña, la oferta versará únicamente sobre tales medios, debiendo pronunciarse sobre todos ellos. A tal fin, al documento de licitación se unirá un modelo de oferta. Si en la oferta





no se señalara descuento para algún medio se entenderá que se ofrece el mismo que el ofrecido para el acuerdo marco. Igualmente, si no se señalara el porcentaje de comisión de la agencia se entenderá aplicable el ofrecido para el acuerdo marco. Si, por error, alguna empresa ofreciera descuentos para medios no previstos en el documento de licitación, no serán considerados para valorar la oferta, sin que quepa rechazar la oferta por tal motivo.

El hecho de señalar en la oferta descuento para todos los medios indicados en el documento de licitación no obliga al posterior adjudicatario a incluir todos esos medios en el diseño de la estrategia y plan de medios que posteriormente elabore.

La oferta obligará al adjudicatario a facturar a la Administración la compra de espacios en medios en función de los descuentos a los que se haya comprometido, cuyo importe resultará de aplicar los porcentajes de descuento plasmados en su oferta a las tarifas que tuviera aprobadas cada medio en el momento de finalización del plazo de presentación de las ofertas del contrato basado.

En la oferta deberá indicarse, como partida independiente, el porcentaje del Impuesto sobre el Valor Añadido que resulte aplicable.

El contrato basado se adjudicará al licitador que haya presentado la mejor oferta económica.

La valoración de las ofertas se hará únicamente a través de criterios evaluables mediante fórmulas, valorándose los porcentajes de descuento y la comisión de agencia.

CUARTA: El valor estimado del acuerdo marco, excluido el Impuesto sobre el Valor Añadido, se fija en 1.210.000-€. La cifra indicada corresponde a las previsiones estimadas durante el plazo de vigencia del acuerdo marco, incluidas las prórrogas, y tiene carácter meramente orientativo y no vinculante.

El precio de cada uno de los contratos basados en el acuerdo marco se establecerá a tanto alzado, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 309 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público (en adelante LCSP), y con las reglas establecidas en los artículos 195 y 197 del Real Decreto 1098/2001, de 12 de octubre, por el que se aprueba el Reglamento General de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas (en adelante RGLCAP).

QUINTA: Las prestaciones que se consideran incluidas en el servicio objeto de licitación mediante contratos basados se relacionan a continuación y se detallan en el pliego de prescripciones técnicas particulares que, a su vez, completa al de cláusulas administrativas particulares:

- a) Estrategia y planificación de la compra de espacios en medios de comunicación y demás soportes publicitarios para las campañas de publicidad institucional referidas.
- b) Adaptación de la creatividad, en caso de que la misma no sea facilitada por el organismo contratante.
- c) Intermediación y contratación de los espacios publicitarios.
- d) Asesoramiento técnico.
- e) Seguimiento de las campañas y acciones de publicidad institucional.





f) Elaboración de una memoria a la finalización de la campaña en la que se incluyan los resultados cuantitativos y cualitativos de la misma, así como las posibles incidencias que se hayan producido durante su realización.

g) Puesta a disposición de la Administración de los informes obtenidos con la aplicación de herramientas de análisis, planificación, seguimiento y resultados de campañas, así como de los recursos humanos precisos para la correcta ejecución de cada contrato basado.

La creatividad de las campañas publicitarias objeto de difusión no se encuentra incluida.

SEXTA.- No se ha exigido la constitución de garantía definitiva para la celebración de este acuerdo marco. Ahora bien, la constitución de esta garantía sí será exigible para celebrar los contratos basados en él, tal y como se establece en el pliego de cláusulas administrativas particulares del presente acuerdo marco.

SÉPTIMA: El plazo de duración del acuerdo marco es de 12 meses, siendo su fecha de inicio el día siguiente al de su formalización. Está prevista su posibilidad de prórroga, siendo la duración máxima del acuerdo marco, incluidas las prórrogas, de 2 años.

No se establece plazo de garantía en este acuerdo marco. Tampoco se fijará plazo de garantía en los contratos basados en él, por no ser ello acorde con la naturaleza de las prestaciones a contratar.

OCTAVA: Dada la naturaleza precontractual del presente acuerdo marco, el régimen de penalidades solo se establece sobre los contratos basados en él, previéndose penalidades por cumplimiento defectuoso de la prestación y por demora en la ejecución en la cláusula 37 del pliego de cláusulas administrativas particulares del presente acuerdo marco.

NOVENA: El presente acuerdo marco solo podrá ser objeto de modificación durante su vigencia para la incorporación de mecanismos de licitación electrónica, de manera que si durante tal vigencia se pusiera en funcionamiento en esta Comunidad Autónoma la plataforma para la licitación electrónica, se podrá modificar el procedimiento de presentación de ofertas de los contratos basados para que la misma se haga por medios electrónicos. El procedimiento para la adopción de esta modificación es el previsto en la cláusula 25 del pliego de cláusulas administrativas particulares del presente acuerdo marco.

DÉCIMA: La resolución del acuerdo marco tendrá lugar en los supuestos señalados en los artículos 211 y 313.1 de la LCSP y en la cláusula 27 del pliego de cláusulas administrativas particulares, mediante procedimiento en el que se garantice la audiencia al adjudicatario del acuerdo marco. Una vez acordada la resolución del acuerdo marco por el órgano de contratación, conforme a lo prevenido en el artículo 212 de la LCSP y en la cláusula 27 del pliego de cláusulas administrativas particulares, serán de aplicación los efectos previstos en los artículos 213 y 313 de la misma norma legal.

UNDÉCIMA: El presente acuerdo marco y sus futuros contratos basados son de naturaleza administrativa, rigiéndose por el pliego de cláusulas administrativas particulares, la LCSP, el RD 817/2009, de 8 de mayo, por el que se desarrolla parcialmente la LCSP, y el RGLCAP, en lo que no se oponga a la citada ley. Supletoriamente se aplicarán las restantes normas de derecho administrativo y, en su defecto, las normas de derecho privado.





Asimismo deberá tenerse en cuenta lo estipulado por la Ley 13/2018, de 29 de noviembre, de Comunicación y Publicidad Institucional de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia

DUODÉCIMA: El adjudicatario renuncia a cualquier fuero o privilegio que pudiera corresponderle en razón del acto que se formaliza, sometiéndose a la jurisdicción de los Órganos Jurisdiccionales de la Comunidad Autónoma de Murcia, renunciando a su propio fuero, si fuere distinto del anterior.

Para la debida constancia de todo lo convenido, se firma un documento de formalización del referido acuerdo marco por cada una de las empresas adjudicatarias del mismo, habida cuenta de que la aplicación informática corporativa PORTAFIRMAS-CARM permite un número máximo de cuatro firmantes.

LA CONSEJERA DE TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y PORTAVOZ P.D. EL SECRETARIO GENERAL (Orden de 5 de junio de 2017, BORM 8/6/2018 Fdo.: Enrique Ujaldón Benítez	IRISMEDIA AGENCIA DE MEDIOS, S.L.U. Fdo.: José Ángel Villar Gejo. Fdo.: César García Catalá
--	---

