



ANUNCIO DE LICITACIÓN 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.

Su contenido sigue las especificaciones del anexo III, sección 4 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público (LCSP).

1. Poder adjudicador:

a) Nombre: Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.

Órgano de contratación: Consejería de Transparencia, Participación y Portavoz.

Centro gestor: Dirección General de Medios de Comunicación.

b) Número de identificación: S3011001I.

c) Dirección postal: Acisclo Díaz, s/n, Palacio de San Esteban, Murcia, 30071.

d) Código NUTS: ES620.

e) Número de teléfono: +34 968362159.

f) Número de fax:

g) Dirección de correo electrónico: anapilar.herrero@carm.es.

h) Dirección de perfil de contratante:

<https://www.carm.es/contratacionpublica>

i) Lugar de información: Servicio Económico y de Contratación de la Consejería de Transparencia, Participación y Portavoz, sito en Gran Vía Escultor Salzillo, 32, escalera 3, 6ª planta, C.P.30.005 Murcia. Teléfono: +34 968362159/ +34 968375793. Información sobre el pliego de prescripciones técnicas particulares: Coordinador de Proyectos, teléfono +34 968368629.

2. Acceso a los pliegos de contratación (libre, directo, completo y gratuito):

[https://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=1616&IDTIPO=200&RASTRO=c709\\$m&dpto=8a2629245e97c65d015e99c46eab0f57](https://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=1616&IDTIPO=200&RASTRO=c709$m&dpto=8a2629245e97c65d015e99c46eab0f57)

3. Tipo de poder adjudicador y principal actividad ejercida.

3.1) Tipo: Administración General de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.

3.1) Actividad principal ejercida: comunicación institucional.





4. Se utiliza el **acuerdo marco** como forma de contratación conjunta.

5. Código CPV:

79341200-8 Servicios de gestión publicitaria.

6. Código NUTS del lugar principal de ejecución de los contratos basados:

ES62.

7. Descripción de la licitación:

El Acuerdo Marco tiene por objeto la determinación de las empresas adjudicatarias, de los porcentajes de descuento por medio publicitario, así como de las condiciones generales de los servicios y los términos básicos a los que habrán de ajustarse los contratos basados en el acuerdo marco para prestar el servicio dirigido a la compra de espacios en medios de comunicación y demás soportes publicitarios con objeto de materializarlas campañas de publicidad institucional incluidas en el Plan de Publicidad y Comunicación Institucional que anualmente apruebe el Consejo de Gobierno de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, así como aquellas otras que deban realizarse por motivos excepcionales, cuya gestión corresponda a la Dirección General competente en materia de comunicación institucional.

Las prestaciones que se consideran incluidas en el servicio objeto de licitación son las siguientes:

- a) La estrategia y planificación de la compra de espacios en medios de comunicación y demás soportes publicitarios.
- b) La adaptación de la creatividad necesaria para la completa difusión de las campañas institucionales.
- c) La intermediación y la contratación de los espacios publicitarios.
- d) El asesoramiento y apoyo técnico necesario para el desarrollo de las campañas institucionales durante toda la ejecución del contrato.
- e) El seguimiento, control y la elaboración de memorias sobre la ejecución de las campañas institucionales.
- f) La realización de una memoria detallada a la finalización de la campaña, que incluya todos sus resultados cuantitativos y cualitativos, así como, en su caso, las incidencias que se hayan producido durante la realización de la campaña.

Los servicios se contratarán mediante contratos basados. La adjudicación de estos se efectuará convocando a las partes a una segunda licitación.

8. Valor estimado del acuerdo marco: 1.210.000€ (IVA no incluido). 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.





9. No se admiten variantes.

10. Duración del acuerdo marco: 1 año a contar a partir del día siguiente a aquel en que se formalice el Acuerdo Marco.

Prórroga: Sí.

Duración prórroga: máximo 1 año.

Solo podrán adjudicarse contratos basados en el Acuerdo Marco durante la vigencia del mismo.

En cuanto al número de contratos basados que se derivarán del presente acuerdo marco, no se puede concretar de forma exacta. A pesar de ello, se aclara que el presente Acuerdo Marco **será de aplicación obligatoria** para la difusión de las campañas de publicidad institucional cuya gestión corresponda a la Dirección General competente en materia de comunicación institucional, tanto para las incluidas en el correspondiente Plan Anual de Publicidad Institucional, como para aquellas que, no estando incluidas, deban realizarse por motivos excepcionales.

La difusión de las campañas de carácter industrial, comercial o mercantil, las que desarrollen los entes del sector público autonómico y las financiadas con fondos europeos, no están sujetas al presente Acuerdo Marco, dado que su gestión no le corresponde a la citada Dirección General.

No obstante, el Plan Anual de Publicidad Institucional solo constituye una previsión de la Administración Regional, por lo que puede que alguna de sus campañas no llegue a materializarse. De ahí que no exista vinculación entre las campañas del repetido Plan y el número de contratos basados en el presente Acuerdo Marco que finalmente se celebren.

11. Condiciones de participación:

a) Clasificación: No será exigible la clasificación del empresario como contratista de servicios. No obstante, el empresario podrá acreditar su solvencia indistintamente mediante su Clasificación en el Grupo T, Subgrupo 1, Servicios de publicidad, Categoría 4 o bien acreditando el cumplimiento de los requisitos específicos de solvencia que se exponen a continuación.

b) Solvencia:

Solvencia económica y financiera:

Volumen anual de negocios referido al mejor ejercicio dentro de los tres últimos disponibles en función de las fechas de constitución o de inicio de actividades del empresario y de presentación de las ofertas, por importe igual o superior a 500.000 euros.

Se acreditará por medio de las cuentas anuales aprobadas y depositadas en el





Registro Mercantil, si el empresario estuviera inscrito en dicho registro, y, en caso contrario, por las depositadas en el registro oficial en que deba estar inscrito. Los empresarios individuales no inscritos en el Registro Mercantil acreditarán su volumen anual de negocios mediante sus libros de inventarios y cuentas anuales legalizados por el Registro Mercantil.

Solvencia **técnica o profesional:**

Relación de los principales servicios o trabajos realizados de igual o similar naturaleza que los que constituyen el objeto del Acuerdo Marco, cuyo importe anual acumulado referido al año de mayor ejecución dentro de los tres últimos años concluidos, sea igual o superior a 250.000 euros.

Se acreditará por medio de una relación de los principales servicios o trabajos realizados en los últimos tres años que incluya importe, fechas y el destinatario, público o privado, de los mismos.

Los servicios o trabajos incluidos en dicha relación se acreditarán:

- Cuando el destinatario sea una entidad del sector público: mediante certificados de buena ejecución, expedidos o visados por el órgano público competente.
- Cuando el destinatario sea un sujeto privado: mediante un certificado de buena ejecución expedido por la entidad privada correspondiente o, a falta de éste, mediante una declaración del empresario acompañada de los documentos obrantes en poder del mismo que acrediten la realización de la prestación.

No se exige compromiso de adscripción de medios para la ejecución de los contratos basados.

12 y 13. Tipo de procedimiento de adjudicación.

ACUERDO MARCO DE SERVICIOS

TRAMITACIÓN: Ordinaria.

REGULACIÓN ARMONIZADA

PROCEDIMIENTO DE ADJUDICACIÓN: Abierto. Varios criterios de adjudicación.

MESA CONTRATACIÓN: Sí.

14. No hay división en lotes. La no división en lotes del objeto del acuerdo marco y del de los contratos basados en el acuerdo marco se justifica en el motivo previsto en el art 99.3.apartado b de la LCSP, toda vez que la realización independiente de las diversas prestaciones comprendidas en el objeto de aquellos podría poner en riesgo su correcta ejecución. La explicación pormenorizada de esta cuestión se encuentra en la memoria.





15 y 16. No procede comentario alguno porque no se da el caso.

17. Se establecen las siguientes condiciones especiales de ejecución de los contratos basados:

La empresa adjudicataria se compromete a la adopción de medidas concretas de conciliación de la vida laboral, familiar y personal en el marco de la prestación de este contrato y para la plantilla que lo ejecute, tales como la flexibilización, adaptación o reasignación de servicios y horarios en función de las necesidades de conciliación; cheque servicio o acceso a recursos que faciliten la atención de menores o personas dependientes, mejoras sobre la reducción de jornada, excedencias, ..., o la ampliación de permisos de maternidad o paternidad. Dicha relación de medidas se hace sin ánimo exhaustivo y a modo de ejemplo, sin que agote todas las posibilidades en la materia y sin que sea necesario que se adopten todas ellas.

Estas condiciones especiales de ejecución tienen el carácter de obligaciones contractuales esenciales a los efectos señalados en el artículo 211.1.f) de la LCSP. Su incumplimiento podrá dar lugar a la resolución del contrato basado.

18. Criterios de adjudicación:

18.1) Criterios evaluables mediante **juicios de valor**. Valoración hasta 20 puntos.

Ejercicio teórico práctico de investigación, estrategia, planificación y evaluación de medios para una campaña tipo, que se desarrollará de conformidad con lo explicado en el pliego de prescripciones técnicas particulares.

Los criterios de valoración serán los siguientes (se desarrollan en el PCAP):

- Análisis y cuantificación del target de la campaña y estudio del consumo de medios de los públicos seleccionados (de 0 a 5 de puntos).
- Estrategia y planificación táctica de medios y soportes (de 0 a 7,5 puntos).
- Evaluación previa de resultados (de 0 a 7,5 puntos).

18.2) Criterios evaluables mediante **fórmulas** (se desarrollan en el PCAP). Valoración 80 puntos.

18.2.1. Comisión de agencia (De 0 a 10 puntos).

18.2.2. Descuento sobre tarifas oficiales (De 0 a 70 puntos).

19. Plazo para la recepción de ofertas:

Hasta el 14 de septiembre de 2018, a las 14:00 horas.





20. Lugar de presentación de las proposiciones del acuerdo marco:

- Registro de la Oficina Corporativa de Atención al Ciudadano de las Consejerías de Transparencia, Participación y Portavoz – Empleo, Universidades, Empresa y Medio Ambiente, sito en la C/ San Cristóbal, 6, 30001 –Murcia.

Horario: de lunes a viernes de 9:00 – 14:00 horas.

- Por correo a la dirección postal indicada en el apartado 1.1.3. Podrán presentarse proposiciones por correo con arreglo a lo dispuesto en el art. 80 del Reglamento General de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas, anunciando al órgano de contratación mediante correo electrónico la remisión de la oferta el mismo día de la presentación por correo postal y, en todo caso, antes de la finalización del plazo de presentación de proposiciones. El referido anuncio al órgano de contratación deberá dirigirse a las siguientes direcciones: anapilar.herrero@carm.es; mariag.hernandez@carm.es.

21. Apertura de ofertas.

a) Plazo durante el cual el licitador estará obligado a mantener su oferta: dos meses a contar desde la apertura de las proposiciones.

b) Fecha, hora y lugar de la apertura de las plicas:

Fecha y hora: Se comunicarán con antelación suficiente en el perfil de contratante.

Lugar: Dependencias de la Secretaría General, sita en Gran Vía Escultor Salzillo, 32, escalera 3, 6ª planta, Murcia.

c) Personas autorizadas a asistir a dicha apertura:

La apertura de los sobres 2 (documentación relativa a criterios evaluables mediante juicios de valor) y 3 (documentación relativa a criterios de evaluación automática mediante fórmulas) se realizará en acto público, estando autorizados a asistir quienes hayan sido admitidos como licitadores al procedimiento.

22. Lengua en la que deben redactarse las ofertas:

Español.

23. Información sobre flujos de trabajo electrónicos:

Se aceptará **facturación electrónica**.

Aun cuando la licitación no es electrónica, las **notificaciones y comunicaciones** se realizarán **por medios exclusivamente electrónicos**, a través de dirección electrónica habilitada única o mediante comparecencia en la sede electrónica de la





CARM.

24. Ninguno de los contratos basados en el presente acuerdo marco guardará relación con proyecto alguno de la Unión Europea, ni estará financiado con fondos europeos.

25. Procedimiento de recurso:

El presente Acuerdo Marco y los contratos basados quedan sometidos al régimen de invalidez previsto en los artículos 38 a 43 de la LCSP.

Los actos relacionados en el artículo 44.2 de la LCSP que se refieran al presente Acuerdo Marco son susceptibles de recurso especial en materia de contratación, de acuerdo con lo dispuesto en los artículos 44 y siguientes de la LCSP, que tiene carácter potestativo y previo a la interposición del recurso contencioso administrativo.

a) Órgano competente para resolver el recurso especial en materia de contratación:

Nombre: Tribunal Administrativo Central de Recursos Contractuales.

Dirección: Avenida General Perón, 38, planta 8, Madrid, 28020

Código NUTS: ES300

Teléfono: +34 913491319.

Fax: +34 913491441

Correo electrónico: tribunal_recursos.contratos@minhsgp.es

b) Plazo de presentación: 15 días hábiles contados en la forma que se indica en el artículo 50.1 de la LCSP.

26. No hay publicaciones anteriores en el DOUE.

27. No procede comentario alguno porque no se da el caso.

28. Fecha de envío del anuncio al DUOE: 25 de julio de 2018.

EL SECRETARIO GENERAL, Enrique Ujaldón Benítez

