

**PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE SERVICIOS PARA LA “PARA LA EJECUCIÓN DE CAMPAÑA PUBLICITARIA DEL PROGRAMA DE RED DE CENTROS DE CAPACITACIÓN DIGITAL, EN EL MARCO DE LA COMPONENTE 19 PLAN NACIONAL DE COMPETENCIAS DIGITALES DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA, FINANCIADO CON FONDOS DE LA UNIÓN EUROPEA NEXT GENERATION-EU”.**

**1. OBJETO DEL CONTRATO.**

El objeto del contrato es la prestación de un servicio externo para ejecutar la campaña de sensibilización del programa de cooperación territorial “Red de centros de capacitación digital” en Andalucía dirigida a la población adulta con falta de competencias digitales a través de la difusión de materiales informativos impresos y emisión de cuñas de radio para el fomento de la cultura digital, a fin de dar cumplimiento a la decisión 287 del Consejo.

Se requiere, por tanto, contar con los servicios de empresas especializadas en la realización de campañas de sensibilización que lleven a cabo las siguientes actividades:

- Maquetación, impresión/serigrafía del eslogan “Andalucía te conecta” en distintos materiales accesibles al público diana del programa como son dípticos, carteles, libretas, carpetas portadocumentos, bolígrafos, alfombrillas para ratón, memorias USB, entre otros.
- Distribución del material arriba referenciado entre los centros docentes pertenecientes a la red de centros de capacitación digital de Andalucía.
- Emisión a nivel regional de cuñas publicitarias para el fomento de la inclusión digital a través de la participación en acciones formativas para la adquisición de la competencia digital.”

A través de esta campaña de sensibilización y concienciación se persigue fomentar el humanismo tecnológico y la inclusión digital de la población adulta, especialmente en aquellas personas que no manejan las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, a través de la contratación de servicios de compra de espacios en medios de comunicación y demás soportes publicitarios impresos para la difusión de las acciones formativas orientadas a la adquisición de competencia digital básica y transversal.

1º) **LOTE 1:** Impresión y distribución de materiales informativos y persuasivos de distinto formato orientados a la sensibilización de las actuaciones del programa de “Red de Centros de Capacitación Digital”, cuyo objetivo último es concienciar a la ciudadanía sobre la necesidad de adquirir competencias digitales básicas y fomentar la captación del alumnado destinatario de las acciones formativas que se insertan en el mismo.

- De esta forma, se van a llevar a cabo la impresión/serigrafía y distribución de los siguientes conceptos: carteles, dípticos, placas, bolígrafos, cuadernos, carpetas portadocumentos, memorias USB y alfombrillas para ratón.
- Estos materiales se distribuirán a las 8 Delegaciones Territoriales competentes en materia de Educación y a los 226 centros y secciones de Educación Permanente dependientes de la Consejería de Desarrollo Educativo y Formación Profesional designados mediante la citada Resolución de 23 de junio de 2023.

Se ha de considerar que en esta prestación, dado que el fin último del contrato es ejecutar una campaña de sensibilización y fomento de la cultura digital, es importante para esta Administración que la empresa que resulte adjudicataria esté especializada en servicios de impresión y distribución para que el material se suministre con la calidad adecuada y en los tiempos que vienen marcados para el cumplimiento de los hitos del componente 19 del PRTR, así como en la distribución, tal y como determina la selección del CPV Lote 1. 79824000-6 - Servicios de impresión y distribución.

2º) **LOTE 2.** Emisión a nivel regional de cuña publicitaria sobre el fomento de la inclusión digital y de las actuaciones del programa de “Red de Centros de Capacitación Digital”. Para ello, los espacios radiofónicos en emisoras regionales deben ser los mayor audiencia y acorde al público objetivo, todo ello con el fin de concienciar a la ciudadanía sobre la necesidad de adquirir competencias digitales básicas y de fomentar la captación del alumnado destinatario de las acciones formativas que se insertan en el mismo.

De esta forma, se van a llevar a cabo la emisión de spot de radio de 30” en emisoras de radio a escala regional. Los aspectos concretos son los siguientes:

- Ámbito: regional, Andalucía.
- Período: 8 semanas, repartidos en 2 tandas de dos semanas.
- Formatos: Cuña de 30” Radio Generalista y fórmula.
- Unidades: 262 inserciones.
- Planificación:
  - Emisoras convencionales: 145 cuñas de 30” distribuidas en dos tandas de 2 semanas (de 35-40 cuñas por soporte indicado) a emitir de lunes a viernes, en programas de máxima audiencia según datos del acumulado móvil del EGM vigente el día de la publicación de esta licitación, en los canales especificados, alternando horario de mañana y de tarde, según lo dispuesto en el apartado correspondiente de Servicios necesarios y determinación de unidades.
  - Emisoras musicales: 117 cuñas de 30” distribuidas en dos tandas de 2 semanas en los soportes y unidades indicadas, a emitir de lunes a sábados, en programas de máxima audiencia según datos del acumulado móvil del EGM vigente el día de la publicación de esta licitación, alternando horario de mañana y de tarde, según lo dispuesto en el apartado correspondiente de Servicios necesarios y determinación de unidades.

Se incluyen además las siguientes acciones:

- 1º) Planificación estratégica, reserva y contratación de emisoras (incursiones en programas de mayor audiencia acorde al público objetivo emitidas de lunes a viernes o a sábado, en su caso).
- 2º) Ejecución de los planes de medios y seguimiento de las acciones a través de informes de activación, de seguimiento y post-acción, en los que se analicen los resultados, así como la audiencia y cobertura alcanzada.
- 3º) Asesoramiento e información sobre la eficacia publicitaria, rentabilidad de soportes y programas y todos aquellos aspectos técnicos necesarios para el proceso de toma de decisiones.

4º) Adaptación y distribución de las piezas publicitarias, en aquellos casos en que se requiera.

Tratándose por tanto, de un contrato de publicidad, debe estarse al régimen previsto en la Ley 6/2005, de 8 de abril, que regula la actividad publicitaria de las Administraciones Públicas de Andalucía, y en particular, a lo dispuesto en los apartados 3 y 4 del artículo 5, sobre criterios de contratación; así, en el artículo 5.3 se declara que “Para alcanzar la máxima eficacia, en los pliegos para los contratos publicitarios se establecerá con claridad que 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”, indicándose en el artículo 5.4 que “En los pliegos para los contratos publicitarios a los que se refiere el apartado anterior, se tendrán en cuenta los datos o índices comparativos, precisos y fiables, sobre difusión y audiencia, frecuencia y coste por impacto útil, horarios de emisión u otros de análoga naturaleza, facilitados por las entidades sin ánimo de lucro a que se refiere el artículo 12 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad”. Por su parte, en cuanto al régimen jurídico que afecta a los contratos publicitarios, debe considerarse lo dispuesto al respecto por la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, cuya cita debería aparecer, junto con la Ley 6/2005, de 8 de abril, en la cláusula primera dedicada al régimen jurídico del contrato”.

Los servicios objeto de este contrato se insertan dentro de la actuación: “Creación de una Red de Centros de Capacitación Digital”, en el marco del componente 19 “Plan nacional de Competencias Digitales”, del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia. Los hitos y objetivos a cumplir por las Comunidades Autónomas para estas medidas son coherentes con los marcados en el citado Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia. Así, el proyecto 1, de la inversión 1, del componente 19 tiene como objetivo, con presupuesto de los ejercicios económicos 2022 y 2023, la formación a los ciudadanos en competencias digitales, la creación de una red nacional de competencias digitales “Centros de Capacitación Digital” y la implementación de campañas de sensibilización y planes de comunicación.

Los hitos a alcanzar se corresponden con el CID nº 286, formación a los ciudadanos en competencias digitales, con ejecución prevista en el cuarto trimestre de 2023 de al menos un 75% del presupuesto comprometido y con el CID nº 287, creación de una red nacional de competencias digitales (incluida la reforma de 1.500 centros de FP) e implementación de campañas de sensibilización y planes de comunicación, con ejecución prevista en el cuarto trimestre de 2024.

La medida C19.I01, en todo su ciclo de vida (producción, uso y final), por su diseño, tiene un impacto negativo claramente nulo o insignificante sobre los objetivos medioambientales establecidos en el artículo 9 del Reglamento 2020/852 del Parlamento Europeo y del Consejo de 18 de junio de 2020, y que son los siguientes:

- Mitigación del cambio climático.
- Adaptación al cambio climático.
- Utilización y protección sostenibles de los recursos hídricos y marinos.
- Economía circular, incluidos la prevención y el reciclado de residuos.
- Prevención y control de la contaminación a la atmósfera, el agua o el suelo.

- Protección y restauración de la biodiversidad y los ecosistemas.

Tal y como establece el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, su contribución al objetivo de Transición ecológica es del 0% y al de Transición digital es del 100%, no procede etiquetado verde.

En relación con este expediente de contratación, es de aplicación lo establecido en el Plan de Medidas Anti -fraude para la gestión de los Fondos del Mecanismo de Recuperación y Resiliencia de la Comunidad Autónoma de Andalucía (PMA), aprobado por el Acuerdo de Consejo de Gobierno del 27 de abril de 2022, con la finalidad de dar cumplimiento a las obligaciones impuestas en el artículo 22 del Reglamento (UE) 2021/241 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de febrero de 2021, por el que se establece el Mecanismo de Recuperación y Resiliencia, con el que se pretende proteger los intereses financieros de la Unión Europea frente a las irregularidades y el fraude, así como garantizar que los fondos se utilizan de conformidad con las normas aplicables en general y en particular en lo que se refiere a la prevención, detección y corrección del fraude, la corrupción y los conflictos de intereses. Así, es de aplicación, se aprobó las Adaptaciones específicas del PMA, a propuesta de la Unidad Antifraude de la Consejería de Desarrollo Educativo y Formación Profesional, aprobado en fecha de 2 de octubre de 2023.

La instrucción séptima de la Instrucción 2/2023 de la Dirección General de Contratación en relación con los contratos públicos financiados con fondos procedentes del Mecanismo de Recuperación y Resiliencia en ejecución del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, establece la mención obligatoria a la aplicación de esta adaptación.

Se verificará durante el procedimiento de contratación el cumplimiento de la ausencia de doble financiación, tal y como se establece para la ejecución de actuaciones del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

Así mismo, es de aplicación lo establecido en la Orden HFP/1030/2021, de 29 de septiembre, por la que se configura el sistema de gestión del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia; en la Orden HFP/1031/2021, de 29 de septiembre, por la que se establece el procedimiento y formato de la información a proporcionar por las Entidades del Sector Público Estatal, Autonómico y Local para el seguimiento del cumplimiento de hitos y objetivos y de ejecución presupuestaria y contable de las medidas de los componentes del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia; y en la Orden HFP/55/2023, de 24 de enero, relativa al análisis sistemático del riesgo de conflicto de interés en los procedimientos que ejecutan el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

## 2.1. Objetivos de la campaña y público diana

Este contrato de servicios permitirá informar a la ciudadanía sobre el programa de Red de Centros de Capacitación y Digital y, de forma general, sobre la Componente 19 del PRTR, a través de la impresión y distribución en centros incluidos en el programa de material informativo y publicitario en distinto formato y de la emisión cuñas publicitarias en radio.

La campaña publicitaria persigue sensibilizar sobre la importancia de adquirir competencias digitales para

ejercer una ciudadanía plena, autónoma y responsable. Así, los objetivos principales los siguientes:

- Informar y concienciar a la población, con especial énfasis en la más vulnerable, sobre la necesidad de adquirir competencias digitales básicas para responder a las nuevas demandas del contexto económico, social y medioambiental.
- Captar alumnado para los cursos formativos para la adquisición de la competencia digital básica y transversal ofertados por los centros de la Red de Capacitación Digital.
- Fomentar la Cultura Digital y todo lo relacionado con la medida C19.I01.P01.

El eslogan “ANDALUCÍA TE CONECTA” expresa la posibilidad de adquirir competencias digitales y trata de que la mente del destinatario de la campaña haga “click” y que considere útil e importante inscribirse en las ofertas formativas.

La campaña está dirigida a personas:

- Preferentemente mayores de 55 años, tanto empleados como desempleados.
- Con baja cualificación o en riesgo de exclusión digital.

## 2.2. Planificación

Con respecto al Lote 2, se requiere la planificación de un proceso de difusión en radio a nivel regional, para lograr una campaña de comunicación institucional eficaz que alcance el impacto más favorable posible en la población diana del programa. Para ello se requiere la elaboración de un plan de medios conforme a los criterios objetivos de alcance territorial, índices de audiencia, continuidad de difusión y estrategias de comunicación, definidos en el anexo del presente pliego, con la finalidad de conseguir alcanzar los objetivos.

## 3. SERVICIOS NECESARIOS Y DETERMINACIÓN DE UNIDADES

### **LOTE 1.- Impresión y distribución de carteles, dípticos, placas, bolígrafos, cuadernos, carpetas portadocumentos, memorias USB y alfombrillas para ratón, todo ello relacionado con la divulgación de las actuaciones y de la medida C19.11**

Los servicios necesarios así como las unidades máximas a ejecutar se detallan según la acción y son los siguientes:

- Impresión y distribución de carteles, dípticos, placas, bolígrafos, cuadernos, carpetas portadocumentos, memorias USB y alfombrillas para ratón, todo ello relacionado con la divulgación de las actuaciones y de la medida C19.11. Este material se distribuirá a los Centros y Secciones de Educación Permanente dependientes de la Consejería de Desarrollo Educativo y Formación Profesional incluidos en la Red de Centros de Capacitación Digital de la Comunidad Autónoma de Andalucía, así como a las Delegaciones Territoriales competentes en materia de Educación

La empresa adjudicataria realizará lotes de material para las Delegaciones Territoriales y para los centros integrantes de la Red, siguiendo las indicaciones del órgano contratante.

APARTADO	DESCRIPCIÓN	OBSERVACIONES
1	CARTELES	Impresión de carteles formato 480x680 mm sobre papel estucado mate de 150 grs. impreso a color 4/0 tintas.
2	DÍPTICOS	Impresión de dípticos formato 150x210 mm plegados, sobre papel estucado mate de 150 grs. impreso a color 4/4 tintas.
3	PLACAS	Serigrafía placa metacrilato transparente de uso exterior, de 10mm de espesor, formato 300x200 mm, con taladros para colocación. (No serán distribuidas a las Delegaciones Territoriales).
4	BOLÍGRAFOS	Tipo bic tinta azul serigrafiados a 1 tinta.
5	CUADERNOS	Impresión de cuadernos 100 hojas papel reciclado 15x10 cm. Impresión a 1 cara en estucado mate. Gramaje 80 gr/m2. Portada y contraportada en papel más grueso.
6	CARPETAS PORTADOCUMENTOS	Impresión de subcarpetas de cartón preferentemente reciclado a 1 cara en estucado mate 300 gr (portadocumentos A4)
7	MEMORIAS USB	Capacidad 32 GBs serigrafiadas a 1 tinta.
8	ALFOMBRI-LLAS PARA RATÓN	Serigrafía alfombrilla para ratón preferentemente de materiales reciclados y reciclables. 5Mm de grosor.
9	DISTRIBUCIÓN	Clasificación, empaquetado, distribución y transporte de los ejemplares que se indiquen de cada uno de los elementos descritos en los puntos 1 a 8 anteriores, hacia los 226 Centros y Secciones de Educación Permanente de la Red de Centros de Capacitación Digital, ubicados en distintas localidades de Andalucía más las 8 Delegaciones Territoriales de cada provincia.

Las unidades máximas a ejecutar de cada apartado son las siguientes:

DESCRIPCIÓN	LOTE POR CENTRO	MÁXIMO UNIDADES
CARTELES	16	3.744
DÍPTICOS	250	58.500
PLACAS*	1	228
BOLÍGRAFOS	150	35.100
CUADERNOS	100	23.400
CARPETAS PORTADOCUMENTOS	100	23.400
MEMORIAS USB	10	2.340
ALFOMBRI-LLAS PARA RATÓN	16	3.744
DISTRIBUCIÓN	1	234

De acuerdo con la normativa de contratación pública ecológica y en cumplimiento del principio de no “causar perjuicio significativo al medio ambiente” (DNSH), se deberán tener en cuenta las siguientes características técnicas específicas, en la medida de lo posible:

1) En relación con el papel empleado en la impresión:

- Las fibras utilizadas en la fabricación del papel deberán contar con una certificación de gestión forestal sostenible y con una certificación de la cadena de custodia (FSC, PEFC o equivalente) que garantice la trazabilidad de las materias primas de origen forestal y sus derivados a través de las distintas fases del proceso productivo.
- En fibra virgen, no se admitirá la utilización del cloro elemental como blanqueante. Los procedimientos de blanqueo admitidos serán los denominados en la industria ECF (Elementary Chlorine Free) y TCF (Totally Chlorine Free).
- El papel reciclado estará fabricado con un mínimo de un 70 % de papel para reciclar.

2) En relación con la distribución de los materiales publicitarios:

- Preferencia de vehículos clasificados en el Registro de Vehículos de la Dirección General de Tráfico como «Cero Emisiones» o alternativamente «ECO» en aquellos casos en que no haya una alternativa «Cero emisiones» para la tipología de vehículo empleado.

**LOTE 2: Emisión de 262 spots de radio de 30” en emisoras de radio convencionales y musicales a escala regional distribuidos en dos tandas de dos semanas en programas de máxima audiencia y alternando horario de mañana y de tarde.**

El servicio necesario es la emisión de spot de radio de 30” a nivel regional (148 inserciones) en emisoras de radio tanto generalistas como de fórmula durante un periodo de cuatro semanas consecutivas.

Se incluyen además las siguientes acciones:

- a) Planificación estratégica, reserva y contratación de emisoras (incursiones en programas de mayor audiencia acorde al público objetivo emitidas de lunes a viernes o a sábado, en su caso).
- b) Ejecución de los planes de medios y seguimiento de las acciones a través de informes de activación, de seguimiento y post-acción, en los que se analicen los resultados, así como la audiencia y cobertura alcanzada.
- c) Asesoramiento e información sobre la eficacia publicitaria, rentabilidad de soportes y programas y todos aquellos aspectos técnicos necesarios para el proceso de toma de decisiones.
- d) Adaptación y distribución de las piezas publicitarias, en aquellos casos en que se requiera.

Las tareas a realizar se concretan en los siguientes puntos:

1. Desde el IACP se facilitará a la empresa adjudicataria una copia original de la pieza creativa para la difusión en los medios, debiendo realizar ésta las adaptaciones necesarias para la difusión en cada uno de ellos, si así fuera necesario.
2. La Empresa adjudicataria deberá presentar la propuesta de planificación detallada, con calendario u óptico de campaña por soportes, y estar evaluada debidamente en términos de audiencias y en función del público objetivo. La empresa participante deberá elaborar el correspondiente plan de medios en función del presu-

puesto máximo establecido, de los objetivos de comunicación y del público objetivo. Propondrá los programas y horarios de emisión y su presupuesto, una vez analizadas las audiencias y su adecuación al producto a anunciar, su penetración y rentabilidad, con el objetivo de optimizar la inversión publicitaria. La empresa adjudicataria deberá presentar la propuesta de planificación detallada, con especificación de la comisión de cursado, con tarifas oficiales y descuentos (%), coste unitario o CPM netos que se apliquen por soporte, con calendario u óptico de campaña por soportes, debiendo estar evaluada en términos de cobertura, frecuencia y coste por impacto y GRPs para cada uno de los soportes, así como para la acción en su conjunto, con respecto al/los público/s objetivo/s, acorde a lo establecido en los pliegos y en el documento de información del programa.

3.- Las empresas adjudicatarias, en el caso de que algún soporte efectuara cambios que afectaran a su audiencia o ante cualquier otra incidencia debidamente justificada, deberán adaptar la planificación propuesta, previo informe y consulta al IACP.

De forma general, cualquier cambio en la planificación, debido a causas extraordinarias y ajenas a la empresa adjudicataria, deberá ser comunicado previamente a dicho órgano, a la mayor brevedad posible, para la aprobación de la propuesta alternativa presentada por la misma.

Las empresas adjudicatarias se obligan a asumir el 100% de costes sobrevenidos no imputables a las partes.

4.- Al inicio de cada campaña publicitaria o acción de comunicación, el adjudicatario remitirá al responsable del contrato un informe de activación de la misma, y con posterioridad al menos un informe de seguimiento de ejecución de ésta. Finalizada cada campaña o acción de comunicación, el adjudicatario deberá remitir un informe de ejecución evaluando su rentabilidad de forma que permita estructurar adecuadamente la futura compra de medios. Las empresas adjudicatarias deberán remitir cuando se le solicite por el responsable del contrato, informes de ejecución global del contrato hasta la fecha (listado de acciones planificadas y/o ejecutadas con detalle de importe, período de ejecución, incidencias observadas, así como desglose del gasto por soporte/principales grupos de comunicación).

El número y tipo de soportes, el ámbito, los horarios y días de la semana así como el número de inserciones mensuales según el tipo de soporte, se recogen en los siguientes cuadros:

<b>SOPORTE</b>				
<b>RADIO CONVENCIONAL</b>	<b>ÁMBITO</b>	<b>HORARIO</b>	<b>DÍA</b>	<b>INSERCIONES</b>
<b>CADENA COPE</b>				
PROGRAMA 1	Andalucía	07:00 – 11:00	L - V	20
PROGRAMA 2	Andalucía	16:00 – 21:00	L - V	15
				<b>35</b>
<b>CANAL SUR</b>				
PROGRAMA 1	Andalucía	07:00 – 11:00	L - V	20
PROGRAMA 2	Andalucía	16:00 – 21:00	L - V	20
				<b>40</b>
<b>ONDA CERO</b>				
PROGRAMA 1	Andalucía	07:00 – 11:00	L - V	20
PROGRAMA 2	Andalucía	16:00 – 21:00	L - V	15
				<b>35</b>
<b>CADENA SER</b>				
PROGRAMA 1	Andalucía	07:00 – 11:00	L - V	20
PROGRAMA 2	Andalucía	16:00 – 21:00	L - V	15
				<b>35</b>
<b>N.º inserciones Convencional</b>				<b>145</b>

Radio Fórmula	Ámbito	Horario	Día	Nº Ins
<b>CANAL FIESTA</b>				
PROGRAMA 1	Andalucía	07:00 – 14:00	L-S	15
PROGRAMA 2	Andalucía	14:00- 21:00	L-S	24
				<b>39</b>
<b>CADENA DIAL</b>				
PROGRAMA 1	Andalucía	07:00 – 14:00	L-S	15
PROGRAMA 2	Andalucía	14:00 – 21:00	L-S	24
				<b>39</b>
<b>RADIOLÉ</b>				
PROGRAMA 1	Andalucía	10:00- 14:00	L-S	15
PROGRAMA 2	Andalucía	14:00- 21:00	L-S	24
				<b>39</b>
<b>N.º Inserciones Fórmula</b>				<b>117</b>
<b>TOTAL CAMPAÑA</b>				<b>262</b>

Las inserciones se distribuirán en dos tandas de dos semanas cada una. La temporalización de las emisiones serán establecidas por el órgano contratante, según los objetivos y necesidades del Programa de Capacitación Digital.

#### 4. CONDICIONES GENERALES DE EJECUCIÓN.

##### Lote 1.

- El precio ofertado incluirá un plan de trabajo que se presentará la primera semana tras la formalización del contrato, así como las pruebas que se presentarán previamente a la impresión para su aprobación por la persona responsable del contrato, así como sus posibles modificaciones.
- En todos los elementos a imprimir se facilitará el diseño de la pieza, que deberá respetar lo dispuesto en el manual de identidad corporativa de la Junta de Andalucía.
- El precio del apartado 9, Distribución, incluirá el del elemento de protección y empaquetado, que en todo caso deberá tener las características que aseguren la integridad y perfecto estado del contenido.
- Todas las entregas se realizarán en horario de apertura de los centros, previo aviso, no abonándose portes derivados de devolución del material.
- Se exigirá albarán de entrega firmado como comprobante de ejecución de la actividad.

##### Lote 2.

La empresa encargada de los trabajos deberá contratar la inserción de los anuncios en los medios con el margen de tiempo necesario para garantizar la difusión de los mismos a lo largo del período fijado para la ejecu-

ción de la campaña, que será de cuatro semanas, pudiendo distribuirse en dos tandas, a decisión de las necesidades del programa. Este plazo que se podrá modificar por decisión de la Agencia con la autorización del órgano contratante siempre en beneficio de la eficaz consecución de la campaña.

La empresa adjudicataria deberá presentar, con fecha máxima de 15 días desde la fecha de finalización de la campaña, memoria con los resultados de la campaña. Dicha memoria deberá presentarse en soporte digital.

Asimismo, la empresa adjudicataria también deberá remitir al Instituto justificantes de audios, pantallazos y evidencias gráficas de la ejecución de la actuación.

## 5. CÓDIGO CPV

Lote 1. 79824000-6 - Servicios de impresión y distribución

Lote 2. 79341400-0 Servicios de Campaña de publicidad.

## 6. SISTEMA DETERMINACIÓN DEL PRECIO Y PRESUPUESTO MÁXIMO DE LICITACIÓN

En virtud del artículo 102.3 de la Ley 9/2017 de Contratos del Sector Público, el precio se ha formulado atendiendo al precio general de mercado en el momento de fijar el presupuesto base de licitación y la aplicación, en su caso, de las normas sobre ofertas con valores anormales o desproporcionados. Se hace constar que en el servicio objeto del contrato los costes laborales no constituyen el coste económico principal.

Por otro lado, la referida ley establece la obligatoriedad de determinar un desglose de costes en el presupuesto base de licitación del contrato (art. 100.2) y en el valor estimado (artículo 101.2). La determinación del precio del contrato será establecido según el número de unidades a ejecutar para los servicios que se relacionan en este documento.

El precio máximo de licitación será de doscientos veinte mil setecientos treinta y dos con ochenta y cinco céntimos (220.732,85 €), más los cuarenta y seis mil trescientos cincuenta y tres euros con noventa céntimos (46.353,90€) correspondientes al importe de IVA de la operación, ascendiendo el importe total máximo a doscientos sesenta y siete mil ochenta y seis euros con setenta y cinco céntimos (267.086,75€).

### 1) LOTE 1.

Los precios de referencia tienen su base en presupuestos entregados por empresas tanto en la preparación de contratos previos realizados por el IACP como por propuestas económicas presentadas en distintas licitaciones relacionadas con el objeto de la contratación. Así, de conformidad con lo previsto en el artículo 101.10 de la LCSP, se ha considerado la información aportada por la empresa licitadora del contrato CONTRATO 2023/ 527122 "DISEÑO, CREACIÓN E IMPRESIÓN DE MATERIALES PARA LA REALIZACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN Y SENSIBILIZACIÓN DE FOMENTO DE LA INCLUSIÓN DIGITAL DE LA CIUDADANÍA, FINANCIADO CON FONDOS DE LA UNIÓN EUROPEA NEXT GENERATION-EU EN EL MARCO DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA".

Por otro lado, también se ha tenido en cuenta el valor real actualizado de los contratos licitados durante ejercicios precedentes llevados a cabo por el IACP, concretamente el expediente CONTR 2021/355037, con título “SERVICIOS PARA EL DISEÑO, IMPRESIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE CARTELERÍA RELATIVA AL PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN DE LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES ADQUIRIDAS A TRAVÉS DE LA EXPERIENCIA LABORAL O DE VÍAS NO FORMALES DE FORMACIÓN”.

El producto, número máximo de unidades, precio máximo por unidad, lote de unidades por cada centro e importe máximo total se refleja en la siguiente tabla:

APARTADO	DESCRIPCIÓN	P/U MÁXIMO (€)	LOTE POR CENTRO	UNIDADES	TOTAL (€)
1	CARTELES	1,18	16	3.744	4.417,92
2	DÍPTICOS	0,10	250	58.500	5.850,00
3	PLACAS*	46,00	1	228	10.488,00
4	BOLÍGRAFOS	0,18	150	35.100	6.318,00
5	CUADERNOS	1,81	100	23.400	42.354,00
6	CARPETAS PORTADOCUMENTOS	0,49	100	23.400	11.466,00
7	MEMORIAS USB	5,97	10	2.340	13.977,39
8	ALFOMBRILLAS PARA RATÓN	2,70	16	3.744	10.108,80
9	DISTRIBUCIÓN	30,00	1	234	7.020,00
<b>TOTAL</b>					<b>112.000,11 €</b>
<b>TOTAL (IVA INC.)</b>					<b>135.520,13€</b>

El precio máximo de licitación del Lote 1 asciende a **ciento doce mil euros con once céntimos (112.000,11€)**, más los veinte tres mil quinientos veinte euros con dos céntimos (**23.520,02€**) correspondientes al importe de IVA de la operación, ascendiendo el presupuesto base de licitación a ciento treinta y cinco mil quinientos veinte euros con trece céntimos. (**135.520,13€**).

**2º) LOTE 2: Emisión de 262 spots de radio de 30” en emisoras de radio convencionales y musicales a escala regional distribuidos en dos tandas de dos semanas en programas de máxima audiencia y alternando horario de mañana y de tarde.**

La determinación del precio del contrato responde al importe máximo a ejecutar en inserciones publicitarias en un periodo de dos meses máximo, incluido la comisión de la agencia, habiéndose estimado la ejecución de una campaña de publicidad institucional en el periodo de ejecución.

Los precios de referencia tienen su base en las tarifas que publican los diversos medios de comunicación a través de sus medios propios o de las agencias colaboradoras, sobre los que se ejecutan los descuentos en base a estrategias de negociación.

Asimismo, de conformidad con lo previsto en el artículo 101.10 de la LCSP, se ha considerado el valor real de los contratos adjudicados durante ejercicios precedentes llevados a cabo por el IACP, concretamente el CONTR 2020/919707 contrato de servicio para la Planificación de medios y compra de espacios publicitarios en prensa, radio, televisión, publicidad exterior y redes sociales, así como ejecución y seguimiento de los planes de medios para campaña divulgativa del Procedimiento de Acreditación de Competencias Profesionales “ANDALUCÍA ACREDITA”.

El número y tipo de soportes, el ámbito, los horarios y días de la semana así como el número de inserciones máximas según el tipo de soporte, así como los importes máximos se recogen en los siguientes cuadros:

<b>SOPORTE</b>						
<b>RADIO CONVENCIONAL</b>	<b>ÁMBITO</b>	<b>HORARIO</b>	<b>DÍA</b>	<b>INSERCIONES</b>	<b>TOTAL</b>	
<b>CADENA COPE</b>						
PROGRAMA 1	Andalucía	07:00 – 11:00	L - V	20	24.610,67 €	
PROGRAMA 2	Andalucía	16:00 – 21:00	L - V	15		
				<b>35</b>		
<b>CANAL SUR</b>						
PROGRAMA 1	Andalucía	07:00 – 11:00	L - V	20	4.570,28 €	
PROGRAMA 2	Andalucía	16:00 – 21:00	L - V	20		
				<b>40</b>		
<b>ONDA CERO</b>						
PROGRAMA 1	Andalucía	07:00 – 11:00	L - V	20	25.205,08 €	
PROGRAMA 2	Andalucía	16:00 – 21:00	L - V	15		
				<b>35</b>		
<b>CADENA SER</b>						
PROGRAMA 1	Andalucía	07:00 – 11:00	L - V	20	23.787,75 €	
PROGRAMA 2	Andalucía	16:00 – 21:00	L - V	15		
				<b>35</b>		
				<b>N.º Inserciones Convencional</b>	<b>145</b>	<b>78.173,78 €</b>

<b>Radio Fórmula</b>	<b>Ámbito</b>	<b>Horario</b>	<b>Día</b>	<b>Nº Ins</b>	<b>TOTAL</b>	
<b>CANAL FIESTA</b>						
PROGRAMA 1	Andalucía	07:00 – 14:00	L-S	15	2.398,20 €	
PROGRAMA 2	Andalucía	14:00- 21:00	L-S	24		
				<b>39</b>		
<b>CADENA DIAL</b>						
PROGRAMA 1	Andalucía	07:00 – 14:00	L-S	15	14.458,35 €	
PROGRAMA 2	Andalucía	14:00 – 21:00	L-S	24		
				<b>39</b>		
<b>RADIOLÉ</b>						
PROGRAMA 1	Andalucía	10:00- 14:00	L-S	15	6.589,05 €	
PROGRAMA 2	Andalucía	14:00- 21:00	L-S	24		
				<b>39</b>		
				<b>N.º Inserciones Fórmula</b>	<b>117</b>	<b>23.445,60 €</b>
				<b>TOTAL CAMPAÑA</b>	<b>262</b>	<b>101.619,39 €</b>

Para los cálculos del coste se contempla una comisión de agencia máxima del 7,00%, recogiendo dicha comisión los costes laborales, costes estructurales, compra de espacios publicitarios (outsourcing), gastos generales, gastos financieros y beneficio industrial.

El resumen de los costes de la campaña se recoge en el siguiente cuadro:

RESUMEN	IMPORTE
<b>SOPORTES</b>	<b>101.619,39 €</b>
Radio Convencional	78.173,78 €
Radio Fórmula	23.445,60 €
<b>Subtotal</b>	<b>101.619,39 €</b>
Servicio de Agencia (7%)	7.113,36 €
<b>Total (IVA no incluido)</b>	<b>108.732,74 €</b>
<b>IVA</b>	<b>22.833,88 €</b>
<b>TOTAL</b>	<b>131.566,62 €</b>

## 7. PLAZO Y LUGAR DE EJECUCIÓN.

El plazo de ejecución para ambos lotes se iniciará al día siguiente de la formalización del contrato. Se establece como plazo de finalización:

a) Lote 1: Finaliza un mes y medio desde su inicio o en la fecha en la que se complete la entrega de todos los materiales objeto del mismo, si ésta fuese anterior.

La impresión de materiales debe finalizar como máximo en un mes desde el inicio del plazo de ejecución y la entrega a los diferentes Centros y Delegaciones indicados por el órgano contratante deberá haber finalizado en el plazo de 15 días, una vez terminado el plazo máximo de la fase anterior.

b) Lote 2: Las dos tandas en las que se distribuye la emisión de cuñas publicitarias se ejecutarán atendiendo a las necesidades establecidas por el órgano contratante, siendo la fecha máxima de finalización el 30 de noviembre del 2024. No obstante, la empresa dispondrá de 15 días, una vez formalizado el contrato, para entregar el plan de medios, realizar la compra de espacios y comenzar con la emisión de las cuñas radiofónicas de la primera tanda.

## 8. PRESENTACIÓN DE OFERTAS

Las empresas licitadoras presentarán el presupuesto debidamente cumplimentado y firmado o proposición económica, indicando precio por unidad y precio total por cada uno de los servicios, según los siguientes modelos:

### LOTE 1

a) **Impresión y distribución de carteles, dípticos, placas, bolígrafos, cuadernos, carpetas portadocumentos, memorias USB y alfombrillas para ratón.**

APARTADO	PRODUCTO	UNIDADES	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	CARTELES	3.744		
2	DÍPTICOS	58.500		
3	PLACAS	228		
4	BOLÍGRAFOS	35.100		
5	CUADERNOS	23.400		
6	CARPETAS PORTADOCUMENTOS	23.400		
7	MEMORIAS USB	2.340		
8	ALFOMBRILLAS PARA RATÓN	3.744		
9	MANIPULACIÓN Y ENVÍO	234		
TOTAL (IVA EXCLUIDO)				
TOTAL (IVA INCLUIDO)				

Junto con el modelo de proposición económica, las empresas licitadoras deberán entregar la documentación relacionada con los aspectos técnicos incluidos en la valoración de ofertas del epígrafe de criterios de adjudicación, además del Cuestionario de autoevaluación del cumplimiento del principio de no causar un perjuicio significativo al medio ambiente (DNSH), en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

**Lote 2: Emisión de 262 spots de radio de 30´´ en emisoras de radio convencionales y musicales a escala regional distribuidos en dos tandas de dos semanas en programas de máxima audiencia y alternando horario de mañana y de tarde.**

a) Descuentos sobre tarifa oficial y precios de la campaña.

La empresa licitadora deberá presentar los descuentos sobre tarifa oficial en ámbito regional de los soportes de radio generalistas y musicales incluidos en el pliego, completando la siguiente tabla:

SOPORTE	DESCUENTO SOBRE TARIFA OFICIAL
Cope. Tarifa regional Andalucía	
Cadena Ser. Tarifa regional Andalucía	
Onda Cero. Tarifa regional Andalucía	
Canal Sur. Tarifa regional Andalucía	
Cadena Dial. Tarifa regional Andalucía	
Canal Fiesta Radio. Tarifa regional Andalucía	
Radiolé. Tarifa regional Andalucía	

Con respecto a los descuentos a aplicar con carácter general en la compra de espacios publicitarios en radio sobre tarifas oficiales vigentes:

- Las ofertas económicas presentadas deberán venir acompañadas de un documento firmado y sellado por el director comercial (o asimilado) de los soportes pertinentes a este lote, en el que se verifique la condición económica (descuento ofertado) que el licitador presenta.

- Todos los documentos requeridos deberán estar firmados y sellados con una fecha anterior a la fecha de fin de entrega de las proposiciones de esta licitación. Por otro lado, la no presentación de estos documentos requeridos por parte de las empresas licitadoras supondrá su exclusión del procedimiento.

Por otro lado, deben entregar cumplimentada la siguiente tabla, en la que se recogerá de el número y tipo de soportes, el ámbito, los horarios y días de la semana, así como el número de inserciones según el tipo de soporte, porcentaje de descuento y precio por inserción con y sin descuento e importe total del servicio.

<b>SOPORTE</b>								
<b>RADIO CONVENCIONAL</b>	<b>ÁMBITO</b>	<b>HORARIO</b>	<b>DÍA</b>	<b>N.º Cuñas</b>	<b>Precio/Un.</b>	<b>%Descuento</b>	<b>Precio/Un con Descuento</b>	<b>TOTAL (IVA EXCLUIDO)</b>
<b>CADENA COPE</b>								
PROGRAMA 1	Andalucía	07:00 – 11:00	L - V	20				
PROGRAMA 2	Andalucía	16:00 – 21:00	L - V	15				
				<b>35</b>				
<b>CANAL SUR</b>								
PROGRAMA 1	Andalucía	07:00 – 11:00	L - V	20				
PROGRAMA 2	Andalucía	16:00 – 21:00	L - V	20				
				<b>40</b>				
<b>ONDA CERO</b>								
PROGRAMA 1	Andalucía	07:00 – 11:00	L - V	20				
PROGRAMA 2	Andalucía	16:00 – 21:00	L - V	15				
				<b>35</b>				
<b>CADENA SER</b>								
PROGRAMA 1	Andalucía	07:00 – 11:00	L - V	20				
PROGRAMA 2	Andalucía	16:00 – 21:00	L - V	15				
				<b>35</b>				
				<b>N.º Inserciones Convencional</b>	<b>145</b>			
<b>Radio Fórmula</b>	<b>Ámbito</b>	<b>Horario</b>	<b>Día</b>	<b>Nº Ins</b>	<b>Precio /Un.</b>	<b>% Descuento</b>	<b>Precio/Un. Con Descuento</b>	<b>TOTAL (IVA EXCLUIDO)</b>
<b>CANAL FIESTA</b>								
PROGRAMA 1	Andalucía	07:00 – 14:00	L-S	15				
PROGRAMA 2	Andalucía	14:00- 21:00	L-S	24				
				<b>39</b>				
<b>CADENA DIAL</b>								
PROGRAMA 1	Andalucía	07:00 – 14:00	L-S	15				
PROGRAMA 2	Andalucía	14:00 – 21:00	L-S	24				
				<b>39</b>				
<b>RADIOLÉ</b>								
PROGRAMA 1	Andalucía	10:00- 14:00	L-S	15				
PROGRAMA 2	Andalucía	14:00- 21:00	L-S	24				
				<b>39</b>				
				<b>N.º Inserciones Fórmula</b>	<b>117</b>			
				<b>TOTAL CAMPAÑA</b>	<b>262</b>			

**NOTAS:** En la proposición económica se entenderán incluidos a todos los efectos los demás tributos, tasas y cánones de cualquier índole que sean de aplicación, así como todos los gastos que se originen para la persona adjudicataria,

como consecuencia del cumplimiento de las obligaciones contempladas en el presente pliego.

Cada persona licitadora solamente podrá presentar una proposición económica, no siendo admitidas aquellas cuyo importe sea superior al presupuesto de licitación.

No se aceptarán aquellas proposiciones que tengan omisiones, errores u otros aspectos que impidan conocer claramente todo aquello que la Administración estime fundamental para la oferta

#### b) Comisión por tramitación de agencia (CURSADO):

La comisión ofertada por la agencia no puede ser inferior a 0,00% ni superar el 7,00%, y se expresará siempre con dos decimales. No se admitirán comisiones de agencia menores de 0,00%. Si la comisión ofertada fuera superior al 7,00%, se valorará como si se ofertara al 7,00%.

#### c) Resumen de la campaña

Por último, se aportará cumplimentada la siguiente tabla- resumen:

<b>RESUMEN</b>	<b>IMPORTE</b>
<b>SOPORTES</b>	
Radio Convencional	
Radio Fórmula	
<b>Subtotal</b>	
<b>% Servicio Agencia</b>	
Importe Servicio de Agencia	
<b>Total (IVA no incluido)</b>	
<b>IVA</b>	
<b>Total (IVA incluido)</b>	

## **9. CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN**

Los criterios de adjudicación que se considerarán se especifican a continuación.

Conforme al artículo 145.1 de la LCSP se han establecido una pluralidad de criterios de adjudicación con los que se pretende conseguir la mejor relación calidad-precio. Las ofertas se evaluarán únicamente con arreglo a criterios valorados mediante la aplicación de fórmulas, que permiten valorar objetivamente las propuestas.

Estos criterios incluyen la valoración de la oferta económica y también una serie de criterios evaluables mediante fórmulas, distintos de la proposición económica. Así, dado que el objeto del contrato es ejecutar la campaña publicitaria de Capacitación Digital, se justifica la inclusión de valoración de aspectos técnicos que tienden a proponer una ejecución del contrato más eficaz y que éste se adecúe a lo establecido para la ejecución de fondos del Mecanismo de Recuperación, Transformación y Resiliencia, principalmente en relación con el principio del "DNSH" y para el cumplimiento de los plazos de ejecución de hitos y objetivos del programa.

Se adoptará el criterio de mejor relación calidad-precio en base a los conceptos solicitados, valorando los siguientes aspectos:

## LOTE 1

### A) VALORACIÓN DE LA OFERTA ECONÓMICA.

Se otorgará 60 puntos (60% de la puntuación total) a la oferta económica más baja, considerando la suma total de los precios ofertados del apartado de Servicios Necesarios y Prescripciones Técnicas.

El resto de ofertas serán valoradas conforme a la siguiente fórmula, que será de aplicación para la suma el importe total de la oferta presentada.

$$X = (MB * Max) / F$$

Siendo: MB= Valor del total de la oferta económica más baja presentada (en euros).

Max= Máxima puntuación que puede obtener por la oferta económica.

F= Valor del total de la oferta económica de la empresa (en euros).

X= Valoración obtenida por la empresa (en puntos).

### B) VALORACIÓN DE LOS ASPECTOS TÉCNICOS.

Se otorgarán 40 puntos (40% de la puntuación total) en base a los aspectos técnicos que se establecen a continuación.

Se estima incluir aspectos de valoración referente a:

1) Características del material entregado (máximo 20 puntos).

- Impresión de piezas gráficas con materiales que dispongan de algún tipo de certificado o etiqueta deoecológico que garantice una baja incidencia medioambiental<sup>1</sup> :

- Por cada certificado aportado de " FSC", " ECF", "Eco-etiqueta Europea", "Carbono Neutral", entre otras: 10 puntos.

2) El compromiso por parte de la empresa a finalizar los trabajos en un plazo inferior al de ejecución establecido en esta memoria en el epígrafe de Plazo de ejecución (máximo 15 puntos).

- Por cada semana que se reduzca del plazo máximo establecido de mes y medio de ejecución se obtendrán 5 puntos. Se acreditará mediante declaración responsable firmada y aportada por la empresa licitadora en el momento de presentación de la oferta. En caso de incumplimiento posterior se detraerá un 5% del valor de las entregas pendientes y será objeto de incumplimiento.

3) Se valorará con un máximo de 5 puntos (5%) la implantación de un Sistema de Gestión Medio ambiental y/o de Calidad en la empresa se entenderá como garantía de los trabajos que va a realizar la entidad objeto de este contrato al considerarse que deben aplicarse en todos los procesos de ejecu-

<sup>1</sup> Acorde con lo establecido en la Orden PCI/86/2019, de 31 de enero, por la que se publica el Acuerdo del Consejo de Ministros de 7 de diciembre de 2018, por el que se aprueba el Plan de Contratación Pública Ecológica de la Administración General del Estado, sus organismos autónomos y las entidades gestoras de la Seguridad Social (2018-2025).

ción de los trabajos el principio de No causar un daño significativo al medio ambiente (DNSH), transversal a todos los programas financiados con fondos MRR. Estos sistemas llevan implícitos procedimientos que contribuyen a la eficiencia y eficacia del gasto. (máximo 5 puntos).

- Sistemas de Gestión Medioambiental (máximo 3 puntos). Por el certificado aportado por la empresa en el momento de la licitación expedido por organismos independientes acreditativo del cumplimiento e implantación de sistemas de gestión medioambiental: 3 puntos.
- Sistemas de Gestión de Calidad (máximo 2 puntos). Por cada certificado aportado por la empresa en el momento de la licitación expedido por organismos independientes acreditativos del cumplimiento de normas de garantía de la calidad o de gestión medioambiental: 2 puntos.

Los documentos acreditativos correspondientes a los tres apartados anteriores habrán de entregarse por parte de la empresa licitadora en el momento de presentación de la oferta, junto con el presupuesto o propuesta económica y el resto de documentación establecida en los pliegos.

## LOTE 2

### 1.- Proposición económica (75%)

Se valorará con un máximo de 75 puntos (75% de la puntuación total) a otorgar de las condiciones de la oferta económica en relación con los trabajos que constituyen el objeto y contenido del contrato.

Los criterios en los que se desagregan las condiciones de la oferta y que poseen una naturaleza exclusivamente económica son los siguientes:

1.1.- En concepto de descuentos a aplicar con carácter general en la compra de espacios publicitarios en radio sobre tarifas oficiales vigentes, se valorará con un índice de ponderación del 68% (68 puntos), distribuido de la siguiente manera:

- Las emisoras de radio convencional recibirán la mayor ponderación, por acumular mayor volúmenes de audiencia en Andalucía y por ser sus contenidos más afines al concepto de nuestra campaña: 11,0% cada una.
- Las emisoras de radio temática (radio musical) recibirán una ponderación menor al acumular menor volumen de audiencia: 8,0%.

(Advertencia: la no inclusión en la oferta de uno o más de los descuentos sobre tarifa oficial a los que se hace referencia en este apartado, conllevará la exclusión de la empresa de la licitación del presente contrato).

SOPORTE	PONDERACIÓN MÁXIMA
Cope. Tarifa regional Andalucía	11%
Onda Cero. Tarifa regional Andalucía	11%

Cadena Ser. Tarifa regional Andalucía	11%
Canal Sur. Tarifa regional Andalucía	11%
Cadena Dial. Tarifa regional Andalucía	8%
Radiolé.	8%
Canal Fiesta Radio. Tarifa regional Andalucía	8%

Nota 1: Al ofertar su descuento sobre tarifa oficial la empresa debe tener en cuenta que en Radio no se podrán aplicar recargos, aun recogidos en la correspondiente tarifa, por posicionamiento o por ubicación en determinada franja horaria.

Nota 2: El descuento sobre tarifa oficial se indicará en porcentaje, con dos decimales y nunca podrá ser superior a 100,00%.

Nota 3: A) Los descuentos serán aplicables sobre cualquiera de las tarifas, Regionales/ Provinciales / Locales de los soportes solicitados.

Nota 3: B) Será de obligada aplicación la Tarifa Regional de los soportes en aquellos que los tengan.

Nota 4: A) En caso de acciones puntuales en radio de ámbito local, comarcal o provincial, el descuento que se oferte sobre tarifas regionales de los soportes será asimismo aplicable a las tarifas provinciales o locales de tales soportes.

Nota 4: B) Será de obligada aplicación la tarifa regional en aquellos soportes que dispongan de la misma. Cuando un soporte no disponga de tarifa regional como tal, sino de un conjunto de tarifas de sus emisoras distribuidas (provinciales, comarcales o locales), se entenderá como tarifa regional el sumatorio de tales tarifas.

Para valorar este concepto la fórmula aplicable en cada caso será la siguiente:

$$V_f = V_{i1} + V_{i2} + V_{i3} + V_{i4} \dots$$

$$V_i = POE * (RF/R_{fmax}).$$

Donde:  $V_f$  = Puntuación total en este apartado.

$V_i$  = Puntuación de la oferta presentada para cada soporte.

POE = Puntuación máxima del descuento sobre tarifa por soporte ofertado.

RF = descuento sobre tarifa por soporte ofertado.

$R_{fmax}$  = Descuento máximo de las ofertas valoradas.

.2.- Comisión por tramitación de agencia (cursado): se valorará con un 7% de la puntuación total a otorgar (máximo 7 puntos).

Se otorgará la puntuación más alta a la empresa que oferte una comisión igual a 0,00% y 0 puntos a la empresa cuya comisión sea del 7,00%.

La comisión ofertada por la agencia no puede ser inferior a 0,00% ni superar el 7,00%, y se expresará siempre con dos decimales. No se admitirán comisiones de agencia menores de 0,00%. Si la comisión ofertada fuera superior al 7,00%, se valorará como si se ofertara al 7,00%.

Para el resto de las empresas, la puntuación de este apartado se calculará según la fórmula:

$$V_f = POE - RF$$

Donde:

V<sub>f</sub> = Puntuación total en este apartado.

POE = Puntuación máxima de la comisión de agencia.

RF = comisión de agencia ofertada.

## 2.- Proposición técnica: Máximo 25 puntos (25%)

2.1.- Se valorará con un 15% de la puntuación total el compromiso de alcanzar una cobertura mínima en la campaña en el medio Radio:

- Una cobertura mínima del 32% para la inversión publicitaria en soportes de radio-fórmula musical (medio radio) a nivel regional.

- Y una cobertura mínima del 20% para la inversión publicitaria en soportes de radio convencional (cualquiera distinto a radio-fórmula musical dentro del medio radio) a nivel regional.

Se entregará declaración firmada en el momento de presentación de la oferta.

2.2. Se valorará con un máximo de 5 puntos (5%), la formación y experiencia de la persona de la empresa licitadora que coordinará el proyecto y que será la responsable del contrato, ya que es indispensable el conocimiento amplio del sector para elaborar el plan de medios y que este se adapte al colectivo destinatario de la actuación en el corto plazo de ejecución de este Lote del contrato. De esta forma, se otorgarán 5 puntos si se acredita en el momento de presentación de la oferta que la persona responsable del contrato cuenta con algún título de educación superior en alguna de las ramas de publicidad, periodismo y comunicación audiovisual o que se demuestre, con contratos de trabajo tener, como mínimo, tres años de experiencia en tareas directamente relacionadas con la formación exigida.

2.3. Se valorará con un máximo de 5 puntos (5%) la implantación de un Sistema de Gestión Medio ambiental y/o de Calidad en la empresa ya que se entenderá como garantía de los trabajos que va a realizar la entidad objeto de este contrato al considerarse que deben aplicarse en todos los procesos de ejecución de los trabajos el principio de No causar un daño significativo al medio ambiente (DNSH), transversal a todos los programas financiados con fondos MRR. Estos sistemas llevan implícitos procedimientos que contribuyen a la eficiencia y eficacia del gasto.(Máximo 5 puntos).

- Sistemas de Gestión Medioambiental: máximo 3 puntos (3%). Por el certificado aportado por la empresa en el momento de la licitación expedido por organismos independientes acreditativo del cumplimiento e implantación de normas/sistemas de gestión medioambiental: 3 puntos.

- Sistemas de Gestión de Calidad: máximo 2 puntos (2%). Por cada certificado aportado por la empresa en el

momento de la licitación expedido por organismos independientes acreditativos del cumplimiento de normas de garantía de la calidad: 1 punto.

## 11. PERSONA RESPONSABLE O DIRECTORA DEL CONTRATO

Se ha designado como persona responsable como responsable del contrato a la persona que ocupa el puesto de la coordinación del Área de Calidad del Instituto Andaluz de Cualificaciones Profesionales para realizar el seguimiento y control de las actuaciones que constituyen el objeto del contrato y aquellas que se deduzcan de las estipulaciones del mismo, con objeto de garantizar su adecuada ejecución, y que se notificarán debidamente a la empresa.

El contrato se ejecutará con estricta sujeción a las estipulaciones contenidas en los pliegos, observando fielmente lo establecido en él, así como las instrucciones que, en su caso, haya dado la persona responsable del contrato designada por el órgano de contratación.

A esta persona responsable le corresponderá supervisar su ejecución, adoptar las decisiones y dictar las instrucciones necesarias con el fin de asegurar la correcta realización de la prestación pactada, así como reforzar el control del cumplimiento de éste y agilizar la solución de los diversos incidentes que puedan surgir durante su ejecución, sin que en ningún caso estas facultades puedan implicar el ejercicio de potestades directivas u organizativas sobre el personal de la empresa adjudicataria.

La persona responsable del contrato ejercerá las funciones que se relacionan a continuación:

- Dirigir, supervisar y coordinar la realización y desarrollo de los trabajos.
- Facilitar los textos y logotipos a incluir en los trabajos.
- Realizar las indicaciones que orientarán el diseño de los mismos.
- Aprobar las pruebas de los trabajos a realizar.
- Velar por el nivel de calidad de los trabajos.
- Asegurar el seguimiento del programa de realización de los trabajos.
- Hacer cumplir las normas de funcionamiento y condiciones estipuladas en el presente pliego de prescripciones técnicas.
- Proponer medidas correctoras o sancionadoras en caso de incumplimiento de parte o total en la realización y desarrollo de los trabajos.
- Realizar cuantas comprobaciones sean necesarias para emitir las actas o certificaciones de conformidad con los trabajos realizados.

## 12. PERSONA RESPONSABLE DE LA EMPRESA CONTRATANTE.

Cada empresa adjudicataria aportará su propia dirección y gestión al contrato, siendo responsable de la organización del servicio, de la calidad técnica de los trabajos que desarrolle y de las prestaciones y servicios realizados. Las empresas adjudicatarias deberán designar una persona responsable o Jefa/e de Equipo como interlocutor principal. La persona responsable deberá contar con la experiencia o formación

suficiente para garantizar el adecuado desarrollo de los trabajos objeto de contratación. La adjudicataria pondrá a disposición del contrato el personal necesario con la cualificación técnica adecuada, evitando incluir variaciones de personal a lo largo del contrato.

La empresa contratista dispondrá, para la ejecución del contrato, de una estructura jerarquizada, que se hará responsable de impartir a sus trabajadores las correspondientes órdenes, criterios de realización del trabajo y directrices de cómo distribuirlo. Le corresponderán a la Administración los poderes de verificación y control de la contrata establecidos en la Ley 9/2017, de Contratos del Sector Público, absteniéndose para ello de ejercer función alguna de control, dirección u organización del personal de la empresa contratista.

La persona responsable de la empresa contratante velará por la idónea gestión contractual de modo que en su ejecución no se den situaciones que puedan propiciar la existencia de una cesión ilegal de trabajadores o dar lugar a la declaración de relación laboral entre la Administración y el personal de la empresa contratada. En concreto, velará especialmente porque:

- La empresa adjudicataria ejerza su propia dirección y gestión del contrato y sea responsable de la organización del servicio, incluyendo la realización de todas aquellas funciones que como empleador le corresponden con respecto a sus trabajadores.
- La empresa adjudicataria, a través de los delegados/as por ella designados, sea responsable de impartir a sus trabajadores/as las correspondientes instrucciones, criterios de realización del trabajo y directrices de cómo distribuirlo, de tal manera que el órgano contratante sea ajeno a estas relaciones laborales.
- La empresa adjudicataria emitirá un certificado de los trabajos finalizados con las unidades de cada apartado ejecutadas.

La empresa adjudicataria ejecutará las tareas incluidas en el objeto del contrato para el Lote 1 y para el Lote 2 de forma independiente en sus propias instalaciones, sin existir similitud entre estas actividades y las realizadas por el Instituto Andaluz de Cualificaciones Profesionales y no estar reservadas las mismas a funcionarios públicos.

La persona responsable de la empresa contratante deberá corregir cualquier incidente o desviación en la ejecución que pueda suponer infracción de las reglas mencionadas, así como dar inmediatamente parte al órgano de contratación de tal situación y realizar las propuestas de corrección.

### 13. PENALIZACIONES

La persona responsable de la empresa contratante deberá corregir cualquier incidente o desviación en la ejecución que pueda suponer infracción de las reglas mencionadas, así como dar inmediatamente parte al órgano de contratación de tal situación, y realizar las propuestas de corrección.

### LOTE 1:

Por deficiencias en el servicio prestado detectadas por el organismo contratante, se establecen los siguientes sistemas de penalizaciones:

Por cada unidad defectuosa entregada por causa imputable a la adjudicataria, se detraerá del apartado correspondiente (1 al 8 según producto) el importe que corresponda a la unidad según el cuadro de precios establecidos en el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares.

Por cada entrega no realizada en el centro indicado se detraerá del importe el valor correspondiente a la totalidad de las unidades no entregadas de los productos correspondientes a los apartados 1 al 8, así como el valor correspondiente a una unidad de distribución, según el cuadro de precios establecidos en el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares.

Por cada entrega no realizada dentro del plazo previsto para la entrega, se detraerá un 10% del valor de la entrega calculada según se indica en el párrafo anterior (apartados 1 al 8).

Por incumplimiento del compromiso adquirido en la reducción de plazos de ejecución, en su caso, se detraerá un 5% del valor de las entregas pendientes y objeto de incumplimiento.

El organismo contratante establecerá un control de calidad de los trabajos realizados por la empresa adjudicataria, que evaluará, al menos, la calidad de los diferentes elementos elaborados, así como las fechas, horarios y condiciones de la entrega y las condiciones del almacenaje del material, control que se podrá aplicar en cualquier momento del servicio.

La empresa adjudicataria puede continuar con sus trabajos objeto del presente contrato, mientras se realizan las actividades de control de calidad, por lo que no afectará a los plazos de ejecución.

### LOTE 2.

Será del 30% del importe de la factura correspondiente al gasto ejecutado en una determinada campaña de publicidad objeto del contrato en caso de que, por causas imputables al contratista, no se ejecute entre un 1% y un 10% del importe del plan de medios aprobado por el responsable del contrato.

Será del 50% del importe de la factura correspondiente al gasto ejecutado en una determinada campaña de publicidad objeto del contrato en caso de que, por causas imputables al contratista, no se ejecute entre más de un 10% y un 30% del importe del plan de medios aprobado por el responsable del contrato.

Será del 75% del importe de la factura correspondiente al gasto ejecutado en una determinada campaña de publicidad objeto del contrato en caso de que, por causas imputables al contratista, no se ejecute entre más de un 30% y el 50% del importe del plan de medios aprobado por el responsable del contrato.

Será del 100% del importe de la factura correspondiente al gasto ejecutado en una determinada campaña de publicidad objeto del contrato en caso de que, por causas imputables al contratista, no se ejecute más de un 50% del importe del plan de medios aprobado por el responsable del contrato.

#### 14. SOLVENCIA TÉCNICA EXIGIBLE

Atendiendo a lo establecido en los artículos del 87 al 91 de la LCSP, la solvencia técnica y económica se acreditará para cada uno de los Lotes del objeto del contrato de la siguiente forma:

1º) Se exige que la empresa adjudicataria se dedique a actividades de igual o similar naturaleza a las que se incluyen en el objeto del contrato. El sistema para determinar que un trabajo o servicio es de igual o similar naturaleza al que constituye el objeto del contrato se toman los tres primeros dígitos del CPV principal especificados para cada uno de los lotes incluidos en el contrato.

2) En cuanto a la solvencia económica, el 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, deberá ser al menos una vez y media el valor estimado del contrato.

Dado el volumen y las características de las actividades incluidas en los lotes, que requieren de empresas especializadas en el sector y de personal con experiencia para que pueda garantizarse el servicio y con la calidad adecuada, por lo que queda justificado el establecimiento de los criterios anteriores.

#### 15. FORMA DE PAGO

De forma general, se presentará una única factura una vez finalizados los trabajos o, transcurrido el periodo de ejecución del contrato, por todos los servicios efectivamente prestados.

**Con respecto al Lote 1**, será obligatoria la presentación de los albaranes de entrega para realizar la conformidad de dicha factura.

**Con respecto al Lote 2**, se presentará una factura por cada tanda de cuñas emitidas, siendo una única factura en caso de que las dos remesas se concatenaran en el tiempo.

Para tramitar el pago será necesaria la aportación por parte de la empresa, junto con la factura, de

una declaración responsable de ejecución de la totalidad de los trabajos facturados, del informe de evaluación de los resultados de la campaña o acción<sup>2</sup>, de los justificantes de inserción y/o certificaciones de emisión o fijación correspondientes a tales trabajos, y en caso de que se le solicite por el responsable del contrato, de la certificación por el soporte de las tarifas oficiales en aquel momento. En caso de inserciones puntuales en soportes sin tarifa publicada, o en general para cualquier formato que esté fuera de tarifa, se exigirá a la agencia que aporte además certificado del soporte de que no existe esa tarifa. El IACP, u organismo en quien delegue, podrá contrastar directamente con los soportes los datos recogidos en justificantes o certificados de emisión o fijación en orden a dar validez a los mismos.

## 16. PLAZO DE GARANTÍA.

El plazo de garantía de la prestación será de 3 meses a partir de la finalización del contrato.

## 17. CONFIDENCIALIDAD Y TRATAMIENTO DE DATOS DE CARÁCTER PERSONAL.

El adjudicatario, en cumplimiento del Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, y de la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, únicamente solicitará y tratará los datos conforme a las instrucciones que dicte la Consejería de Educación y Deporte, y no los aplicará o utilizará con fin distinto al del contrato, no lo comunicará, ni tan siquiera para su conservación, a otras personas. Además, deberá cumplir las medidas técnicas y organizativas estipuladas en el Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal.

Asimismo será de aplicación el Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre, y la Política y Normas de Seguridad de la Consejería de Desarrollo Educativo y Formación Profesional.

En el caso de que el contratista, o cualquier persona bajo la dirección del mismo, recabe datos no requeridos, destine los datos a otra finalidad, los comunique o los utilice incumpliendo las estipulaciones del contrato, será responsable de las infracciones cometidas y será motivo para la resolución del contrato por el licitador.

## 18. ETIQUETADO VERDE Y DIGITAL Y PRINCIPIO DE NO CAUSAR DAÑO SIGNIFICATIVO AL MEDIO AMBIENTE (DNSH).

- Etiquetado digital. Las inversiones incluidas en el componente 19 contribuyen (100%) a la transición digital y a los desafíos que se derivan de ésta.
- Etiquetado verde. Las inversiones incluidas en el componente 19 no contribuyen (0%) de manera

<sup>2</sup> El informe de ejecución evaluando la rentabilidad de las acciones ejecutadas. Para la evaluación de la ejecución, se usarán las herramientas Tom Micro y Galileo y deberán presentarse los "pantallazos" de esas herramientas, no solo con resultados totales, sino también con la planificación desarrollada. Igualmente, por cada inserción se empleará el dato de audiencia probabilizada de la hora concreta de emisión planificada.

explícita a la acción climática para la transición ecológica.

- DNSH. Para este contrato se han establecido criterios de valoración (“Eficiencia energética y sostenibilidad ambiental”) conducentes a asegurar la adquisición de equipos energéticamente eficientes y respetuosos con el Code of Conduct of ICT de la Comisión Europea. Asimismo, en este contrato se promueve la durabilidad y la posibilidad de actualización y de reutilización de los productos objeto de adquisición mediante la inclusión del criterio de valoración “Aumento del periodo de garantía”. En cuanto a las especificaciones técnicas, se ha establecido como requisito el cumplimiento de las directivas 2009/125/CE sobre consumo energético y 2011/65/UE sobre la ausencia de sustancias restringidas.

Sevilla, a la fecha de la firma electrónica.  
LA DIRECTORA GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL  
Fdo.: María Ángeles Rodríguez Peralta

MARIA DE LOS ANGELES RODRIGUEZ PERALTA		12/07/2024 12:20:43	PÁGINA: 26 / 26
VERIFICACIÓN	NJyGw6G5z7Ci46dbnOth55KP6IV14S	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/</a>	