PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS CONSISTENTES EN LA PLANIFICACIÓN Y COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS PARA LA PROMOCIÓN DEL DESTINO ANDALUCÍA A NIVEL REGIONAL Y NACIONAL DURANTE 2018 (Expd. C101-15JM-0118-0003)

PRIMERA.- OBJETO.

El objeto del presente pliego es la contratación, por parte de la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A. (en adelante **Turismo y Deporte de Andalucía**) de la prestación de servicios de agencia de publicidad, de conformidad con el art. 13 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, para la planificación y compra de espacios publicitarios en el ámbito de la promoción del destino turístico "Andalucía", según los siguientes lotes:

Lote 1: Ventanas de comunicación permanentes en soportes impresos para la promoción turística de Andalucía.
Lote 2: Ventanas de comunicación permanentes en soportes televisivos, para la promoción turística de Andalucía.
Lote 3: Ventanas de comunicación permanentes en soportes radiofónicos, para la promoción turística de Andalucía..
Lote 4: Ventanas de comunicación permanentes en soportes digitales, para la promoción turística de Andalucía.
Lote 5: Ventanas de comunicación permanentes en soportes multisegmento, para la promoción turística de Andalucía.

Las Ventanas de Comunicación permanentes son un proyecto de comunicación integrado en el Plan Estratégico de Marketing Turístico Horizonte 2020 que tiene el objetivo principal de establecer vías de comunicación directas con el turista potencial a nivel nacional a través de la transmisión continua de información turística en medios de comunicación y la emisión de mensajes publicitarios alineados a los intereses turísticos que se quiere potenciar a lo largo del año.

Estas acciones persiguen la desestacionalización del turismo fuera de los periodos vacacionales tradicionales de temporada alta, y no guardan relación alguna con las campañas de comunicación u otro tipo de acciones desarrolladas a lo largo del año por parte de la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A. (en adelante **Turismo y Deporte de Andalucía).**

El ámbito principal de actuación de estas acciones es la región de Andalucía, ya que del 50% de los desplazamientos turísticos nacionales generados durante 2017 (Mercado de origen: INE 2017) fueron realizados por los propios residentes en Andalucía lo que supone el núcleo central del público objetivo al que dirigir esta información a fin de proporcionarles herramientas que faciliten su toma de decisión a la hora de realizar un viaje

También tiene importancia la comunicación a nivel nacional a fin de establecer un contacto continuo con el resto de potenciales turistas a la región durante todo el año.

Las ventanas de comunicación permanentes se ejecutan en lo que respecta a éste epígrafe

a) Ventanas de comunicación permanentes en soportes impresos.
b) Ventanas de comunicación permanentes en soportes televisivos.
c) Ventanas de comunicación permanentes en soportes radiofónicos.
d) Ventanas de comunicación permanentes en soportes digitales.
e) Ventanas de comunicación permanentes en soportes multisegmento

Otros objetivos que se buscan con estas acciones de comunicación son:

A. Generar notoriedad de la marca turística Andalucía a través de los diferentes formatos publicitarios utilizados.
B. Reforzar las campañas de comunicación genéricas y de temporada llevadas a cabo a lo largo del año.
C. Trasladar de manera permanente propuestas y novedades turísticas dirigidas al público potencial de campaña

SEGUNDA.- DESCRIPCIÓN DE LOS TRABAJOS.

La campaña objeto del presente concurso consiste en la compra de espacios publicitarios para la promoción turística del destino Andalucía A NIVEL REGIONAL y NACIONAL de abril a diciembre de 2018.

Las empresas adjudicatarias además deberán desarrollar trabajos comunes a los 5 lotes consistentes en:

1) Tramitación de todos los materiales publicitarios y redaccionales necesarios para el desarrollo correcto de las acciones planificadas sirviendo de enlace entre los soportes contratados y **Turismo y Deporte de Andalucía.**

2) Desarrollo de un dossier trimestral en el que se recogerán todas las acciones desarrolladas (copia impresa, justificantes de emisión, etc.) que serán entregadas en soporte digital a **Turismo y Deporte de Andalucía**.

3) Las empresas adjudicatarias deberán disponer de un profesional a tiempo completo y que estará en permanente contacto con el equipo designado por parte de **Turismo y Deporte de Andalucía** para garantizar el correcto desarrollo de las acciones de comunicación.

La creatividad y producción de todos los elementos audiovisuales, radiofónicos, digitales y multimedia convencionales correrán a cargo de **Turismo y Deporte de Andalucía** de acuerdo con la imagen de las campañas en vigor. El desarrollo y producción de piezas no convencionales será llevado a cabo por los medios contratados y sólo será emitido previa autorización de **Turismo y Deporte de Andalucía.**

La producción y maquetación de los contenidos impresos o desarrollo de piezas radiofónicas no convencionales serán realizadas por los medios planificados siendo publicados únicamente previa aprobación final de **Turismo y Deporte de Andalucía.**

Los envíos y transportes de materiales correrán a cargo de las empresas adjudicatarias.

Durante la realización de los trabajos objeto del contrato, **se podrán efectuar por Turismo y Deporte de Andalucía, cuantas sugerencias y propuestas de modificación se consideren necesarias para el cumplimiento de los objetivos previstos con este proyecto.**

TERCERA.- PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

A.- ÁMBITO DE DIFUSIÓN.

- Andalucía: Autonómico y provincial
- Nacional

B.- PERÍODO DE EJECUCIÓN DE LA ACCIÓN

- Tv autonómica/ Prensa- Revistas- Suplementos / Radio / Digital / Multisegmento
    - De abril a diciembre
- Televisión Nacional:

    A. Verano: Del 15 de mayo al 30 de Junio

    B. Invierno: Del 1 al 22 de diciembre

C.- PÚBLICO OBJETIVO

- Personas residentes en Andalucía con capacidad para realizar desplazamientos turísticos.
- Turistas potenciales de todo el territorio nacional.

<u>LOTE 1: VENTANAS DE COMUNICACIÓN PERMANENTES EN MEDIOS IMPRESOS</u>

ANDALUCÍA

Selección de soportes:

- Prensa generalista regional y provincial y su versión digital.
- Prensa nacional con ediciones regionales en Andalucía y su versión digital regional.
- Revistas turísticas líderes del sector en Andalucía.

Formato/s: Contenidos + Piezas publicitarias
Posicionamiento: Secciones Local / Turismo.
Periodo de difusión de campaña: De abril a diciembre

Datos cuantitativos a presentar: Se presentará una planificación mensual que será extrapolable a los 9 meses de duración de los acuerdos suscritos con las cabeceras o grupos editoriales planificados.

Los datos de evaluación serán los correspondientes a un mes de campaña tipo con una emisión normal de la programación.

- Calendario u óptico que refleje los días y formatos seleccionados.
- Número de inserciones (Publicitarias o redaccionales)
- Grp´s obtenidos a nivel autonómico totales y desglosados por medios, acciones y cabeceras contratadas. Los datos provinciales se extrapolarán a autonómicos.
- Impresiones logradas con la planificación propuesta desglosadas por cabeceras y acciones.
- Contactos, cobertura y OTS obtenidos con la planificación propuesta.

El táctico presentado tendrá desglosado económicamente todas las partidas por acciones y cabeceras.

Será de obligada presentación los datos de Tom Micro desglosados por cabeceras donde se han basado los resultados cuantitativos presentados para la obtención de los resultados de prensa en términos de Grp´s.

Los datos de Tom micro serán los correspondientes al último Acumulado Móvil del EGM publicado.

El target sobre el que se basarán estos datos serán personas + 16 años para cada uno de los ámbitos de actuación que se soliciten en cada momento.

Las acciones especiales planteadas vendrán desarrolladas en términos de Grp´s para facilitar la validación de los resultados obtenidos por parte de **Turismo y Deporte de Andalucía.**

Turismo y Deporte de Andalucía podrá contrastar estos datos en orden de dar validez a los mismos.

La no presentación de alguno de estos datos podrá inhabilitar la propuesta en este apartado.

NACIONAL

Selección de soportes:

- Revistas turísticas líderes del sector a nivel nacional así como su versión digital.
- Suplementos de viajes líderes de la prensa nacional, así como su versión digital.

Formato/s: Contenidos + Piezas publicitarias
Posicionamiento: Preferente
Periodo de difusión de campaña: De abril a diciembre

Datos cuantitativos a presentar: Se presentará una planificación mensual que será extrapolable a los 9 meses de duración de los acuerdos suscritos con las cabeceras o grupos editoriales planificados.

Los datos de evaluación serán los correspondientes a un mes de campaña tipo con una emisión normal de la programación.

- Calendario u óptico que refleje los días y formatos seleccionados.
- Número de inserciones (Publicitarias o redaccionales)
- Grp´s obtenidos a nivel nacional totales y desglosados por medios y cabeceras contratadas.
- Impresiones logradas con la planificación propuesta desglosadas por cabeceras y acciones.
- Contactos, cobertura y OTS obtenidos con la planificación propuesta.

El táctico presentado tendrá desglosado económicamente todas las partidas por acciones y cabeceras.

Será de obligada presentación los datos de Tom Micro desglosados por cabeceras donde se han basado los resultados cuantitativos presentados para la obtención de los resultados de medios impresos en términos de Grp´s.

El target sobre el que se basarán estos datos serán personas + 16 años para cada uno de los ámbitos de actuación que se soliciten en cada momento.

Las acciones especiales planteadas vendrán desarrolladas en términos de Grp´s para facilitar la validación de los resultados obtenidos por parte de **Turismo y Deporte de Andalucía**.

La no presentación de alguno de estos datos podrá inhabilitar la propuesta en este apartado.

Turismo y Deporte de Andalucía podrá contrastar estos datos en orden de dar validez a los mismos.

LOTE 2: VENTANAS DE COMUNICACIÓN PERMANENTES EN SOPORTES TELEVISIVOS

ANDALUCÍA

Selección de soportes: Cadenas de televisión con cobertura autonómica.
Posicionamiento: Programas de contenido turístico / Prime Time
Formatos: Contenidos + Piezas publicitarias
Periodo de difusión de campaña: De abril a diciembre

Datos cuantitativos a presentar: Se presentará una planificación mensual que será extrapolable a los 9 meses de duración de los acuerdos suscritos con los televisión/es planificada/s.

Los datos de evaluación serán los correspondientes a un mes de campaña tipo con una emisión normal de la programación.

- Calendario u óptico que refleje los días, horas y programas junto con número de emisiones (convencionales o no) en cada cadena.
- GRP's autonómicos obtenidos con la planificación propuesta en formato 30" desglosado por programas y cadenas.
- Contactos, cobertura y OTS obtenidos con la planificación.

El táctico presentado tendrá desglosado económicamente todas las partidas por franjas, programas y pases.

Será de obligada presentación los datos de Kantar Media desglosados para la obtención de los resultados de televisión en términos de Grp´s basado en el acumulado móvil de los último 30 días.

El target sobre el que se basarán estos datos serán personas + 16 años para cada uno de los ámbitos de actuación que se soliciten en cada momento.

Las acciones especiales planteadas vendrán desarrolladas en términos de Grp´s para facilitar la validación de los resultados obtenidos por parte de **Turismo y Deporte de Andalucía.**

Turismo y Deporte de Andalucía podrá contrastar estos datos en orden de dar validez a los mismos.

La no presentación de alguno de estos datos podrá inhabilitar la propuesta en este apartado.

NACIONAL

Selección de soportes: Cadenas y grupos de televisión con cobertura nacional
Posicionamiento: A seleccionar por la agencia
Periodo de difusión de campaña:

a) Verano: Del 15 de mayo al 30 de Junio

a) Invierno: Del 1 al 22 de diciembre

Formatos

- Contenidos
- Piezas publicitarias: Spot 30"
- Patrocinios
- Acciones especiales que generen gran notoriedad para la marca Andalucía como el patrocinio de eventos especiales que tengan lugar durante los meses de campaña o el desarrollo de programas en la propia Andalucía así como cualquier otro tipo de acción que pueda ayudar a la marca turística Andalucía a diferenciarse de la competencia.

Datos cuantitativos a presentar

- Calendario u óptico que refleje los días, horas y programas junto con número de emisiones (convencionales o no) en cada cadena.
- GRP's obtenidos con la planificación propuesta en formato 30" tanto desglosado por programas, cadenas y franjas horarias así como por estar planificados de manera convencional o en formato especial.
- Todos los Grp´s en AA.EE se extrapolarán a 30"
- Contactos, cobertura y OTS obtenidos con la planificación propuesta.

El táctico presentado tendrá desglosado económicamente todas las partidas por franjas, programas y pases.

Será de obligada presentación los datos de Kantar Media desglosados donde se han basado los resultados cuantitativos presentados para la obtención de los resultados de televisión en términos de Grp´s, basado en el acumulado móvil de los últimos 30 días.

El target sobre el que se basarán estos datos serán personas + 16 años para cada uno de los ámbitos de actuación que se soliciten en cada momento.

Las acciones especiales planteadas vendrán desarrolladas en términos de Grp´s para facilitar la validación de los resultados obtenidos por parte de **Turismo y Deporte de Andalucía**.

Turismo y Deporte de Andalucía podrá contrastar estos datos en orden de dar validez a los mismos.

La no presentación de alguno de estos datos podrá inhabilitar la propuesta en este apartado.

LOTE 3: VENTANAS DE COMUNICACIÓN PERMANENTES EN SOPORTES RADIOFÓNICOS

ANDALUCÍA

- **Selección de soportes**

    - Cadenas nacionales con emisión regional
    - Emisoras de Andalucía con cobertura regional.

Posicionamiento: Programa/s de contenido turístico

Formatos: Contenidos / Piezas publicitarias
Periodo de difusión de campaña: De abril a diciembre.
Datos cuantitativos a presentar: Se presentará una planificación mensual que será extrapolable a los 9 meses de duración de los acuerdos suscritos con la/s radio/s planificada/s.

Los datos de evaluación serán los correspondientes a un mes de campaña tipo con una emisión normal de la programación.

- Calendario u óptico que refleje los días, horas y programas.
- Número de emisiones (convencionales o no)
- Grp´s obtenidos en formato 30" a nivel autonómico y desglosados por medios, acciones y programa contratados.
- Contactos, cobertura y OTS obtenidos con la planificación.

El táctico presentado tendrá desglosado económicamente todas las partidas por programas, cadenas y franjas horarias.

Será de obligada presentación los datos de Tom Micro desglosados por cadenas y franjas horarias donde se han basado los resultados cuantitativos presentados para la obtención de los resultados de prensa en términos de Grp´s.

El target sobre el que se basarán estos datos serán personas + 16 años para cada uno de los ámbitos de actuación que se soliciten en cada momento.

Los datos de Tom micro serán los correspondientes al último Acumulado Móvil del EGM publicado.

Las acciones especiales planteadas vendrán desarrolladas en términos de Grp´s para facilitar la validación de los resultados obtenidos por parte de **Turismo y Deporte de Andalucía**

Turismo y Deporte de Andalucía podrá contrastar estos datos en orden de dar validez a los mismos.

La no presentación de alguno de estos datos podrá inhabilitar la propuesta en este apartado.

NACIONAL

Selección de soportes: Cadenas nacionales.

Posicionamiento:

- Programa/s líder/es
- Programa/s de contenido turístico

Formatos: Contenidos / Piezas publicitarias / Secciones especiales
Periodo de difusión de campaña: De abril a diciembre
Datos cuantitativos a presentar: Se presentará una planificación mensual que será extrapolable a los 9 meses de duración de los acuerdos suscritos con la/s radio/s planificada/s.

Los datos de evaluación serán los correspondientes a un mes de campaña tipo con una emisión normal de la programación.

- Calendario u óptico que refleje los días, horas y programas.

- Número de emisiones (convencionales o no)
- Grp´s obtenidos en formato 30" totales y desglosados por medios, franjas y programa contratados.
- Los Grp´s obtenidos con acciones no convencionales se extrapolaran a 30"
- Contactos, cobertura y OTS obtenidos con la planificación propuesta

El táctico presentado tendrá desglosado económicamente todas las partidas por franjas, cadenas e inserciones.

Será de obligada presentación los datos de Tom Micro desglosados por cadenas y franjas horarias donde se han basado los resultados cuantitativos presentados para la obtención de los resultados de prensa en términos de Grp´s.

El target sobre el que se basarán estos datos serán personas + 16 años para cada uno de los ámbitos de actuación que se soliciten en cada momento.

Las acciones especiales planteadas vendrán desarrolladas en términos de Grp´s para facilitar la validación de los resultados obtenidos por parte de **Turismo y Deporte de Andalucía.**

Turismo y Deporte de Andalucía podrá contrastar estos datos en orden de dar validez a los mismos.

La no presentación de alguno de estos datos podrá inhabilitar la propuesta en este apartado.

LOTE 4: VENTANAS DE COMUNICACIÓN PERMANENTES EN SOPORTES DIGITALES

Ámbito: Nacional / Andalucía.
Selección de soportes: Portales de información general con secciones de viajes que no tengan versión impresa
Formato: Contenido / Piezas Publicitarias
Posicionamiento: Sección turismo/ Local / Economía
Periodo de difusión de campaña: De abril a diciembre.

Datos cuantitativos a presentar: Se presentará una planificación mensual que será extrapolable a los 9 meses de duración de los acuerdos suscritos con los medios seleccionados.

Los datos de evaluación serán los correspondientes a un mes de campaña tipo.

- Calendario u óptico que refleje los días y formatos seleccionados.
- Impresiones conseguidas totales y por soportes y acciones contratadas

El táctico presentado tendrá desglosado económicamente todas las partidas por medios y acciones contratadas.

La no presentación de alguno de estos datos podrá inhabilitar la propuesta en este apartado.

LOTE 5: VENTANAS DE COMUNICACIÓN PERMANENTES MULTISEGMENTO

Ámbito: Andalucía /Nacional
Selección de soportes: Medios impresos / Radio / Digital /TV local, provincial, regional
Posicionamiento: Que aporten notoriedad a la marca Andalucía
Formatos: Convencional / Contenidos / Acciones especiales.
Periodo de difusión de campaña: De abril a diciembre.

Datos cuantitativos a presentar: Se presentará una planificación mensual que será extrapolable a los 9 meses de duración de los acuerdos suscritos con los medios que contemplará los siguientes segmentos diferenciados:

- Golf
- Congresos
- Cultura
- Turismo de interior / Naturaleza / Rural
- Interno
- Gastronomía
- Turismo de raíces
- Turismo Familiar

Desarrollo: Se busca generar acuerdos con medios de comunicación de reconocido prestigio y penetración dentro del mercado andaluz así como a nivel nacional.

Estos acuerdos deben de aportar una valor añadido distinto al de la mera inserción publicitaria, se busca la creación de secciones exclusivas para la marca Andalucía en la que a lo largo de 2018 los turistas potenciales puedan encontrar toda la oferta turística necesaria para el desarrollo de sus viajes.

Estos acuerdos exigirán un compromiso del Grupo de comunicación a través del cual y a lo largo de la duración de estos acuerdos se conviertan en obligado destino del potencia viajero residente en Andalucía a la hora de acudir en búsqueda de información turística.

Los datos de evaluación serán los correspondientes a un mes de campaña tipo con una emisión normal de la programación.

- Calendario u óptico que refleje los días, horas y programas junto con número de emisiones (convencionales o no) en cada cadena, cabecera y emisora propuesta..
- GRP's autonómicos obtenidos con la planificación propuesta en formato 30" totales y desglosados en medios impresos y radio
- Los Grp´s provinciales obtenidos se extrapolarán a formato autonómico.
- Impresiones logradas con la planificación propuesta desglosada y por soportes, acciones y medios planificados.
- Contactos, cobertura y OTS obtenidos con la planificación para cada medio planificado.

El táctico presentado tendrá desglosado económicamente todas las partidas por franjas, programas e inserciones y acciones planificadas en los diferentes medios propuestos.

Será de obligada presentación los datos de Tom Micro/ Kantar Media desglosados por cabeceras, cadenas, emisiones y franjas horarias donde se han basado los resultados cuantitativos presentados para la obtención de los resultados de prensa en términos de Grp´s.

Los datos de Tom micro serán los correspondientes al último Acumulado Móvil del EGM publicado.

El target sobre el que se basarán estos datos serán personas + 16 años para cada uno de los ámbitos de actuación que se soliciten en cada momento.

Las acciones especiales planteadas vendrán desarrolladas en términos de Grp´s para facilitar la validación de los resultados obtenidos por parte de **Turismo y Deporte de Andalucía**

Turismo y Deporte de Andalucía podrá contrastar estos datos en orden de dar validez a los mismos.

La no presentación de alguno de estos datos podrá inhabilitar la propuesta en este apartado.

D.- PRESUPUESTO 2018

Presupuesto total: 3.220.000 euros + IVA

LOTE 1:

Ventanas Impresas: 950.000 euros + IVA

- Andalucía: 500.000 euros + IVA
- Nacional: 450.000 euros + IVA

LOTE 2

Ventanas Televisivas: 700.000 euros + IVA

- Andalucía: 400.000 euros + IVA
- Nacional: 300.000 euros + IVA

    - Convencional: 150.000 euros + IVA
    - Acciones especiales: 150.000 euros + IVA

LOTE 3

Ventanas Radiofónicas: 450.000 euros + IVA

- Andalucía: 225.000 euros + IVA

- Nacional: 225.000 euros + IVA

LOTE 4

Ventanas Digitales: 120.000 euros + IVA

- Andalucía: 50.000 euros + IVA
- Nacional: 70.000 euros + IVA

LOTE 5

Ventanas Multisegmento: 1.0000.000 euros + IVA

- Andalucía: 750.000 euros + IVA
- Nacional: 250.000 euros + IVA

Nota: El desglose de la inversión por soporte, dentro de cada medio, deberá atenerse a criterios técnicos de índices de difusión, cobertura y audiencia de cada soporte, de acuerdo con lo dispuesto en los apartados 3 y 4 del artículo 5 de la Ley 6/2005, de 8 de abril, Reguladora de la Actividad Publicitaria de las Administraciones Públicas de Andalucía.

E.- EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO

Las agencias ganadoras deberán presentar informes de seguimiento con el fin de garantizar que los objetivos iniciales se están cumpliendo así como un informe final donde se muestre que los objetivos iniciales establecidos han sido cumplidos.

Las empresas deberán acreditar el número de contactos generado con cada acción propuesta, entendiendo por contactos el número total de personas (sin incluir duplicidades) a los que llegará el mensaje de la campaña. Esta información se entregará en un informe trimestral refrendado y sellado por fuentes de reconocido prestigio publicitario. Por último deberá de entregarse un dossier al finalizar la campaña con el acumulado total de los resultados obtenidos con la campaña.

Las agencias deberán acreditar que los objetivos iniciales han sido cumplidos a través de fuentes de reconocido prestigio o solvencia como OJD, EGM, KANTAR MEDIA, etc...

Turismo y Deporte de Andalucía podrá solicitar los datos a las fuentes presentadas por las empresas adjudicatarias para comprobar la veracidad de los mismos.

Málaga, 16 de enero de 2018.

PLIEGO DE CONDICIONES PARTICULARES PARA LA CONTRATACIÓN DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS CONSISTENTES EN LA PLANIFICACIÓN Y COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS PARA LA PROMOCIÓN DEL DESTINO ANDALUCÍA A NIVEL REGIONAL Y NACIONAL DURANTE 2018 (Expd. C101-15JM-0118-0003)

PRIMERA.- OBJETO.

El objeto del presente pliego es la contratación, por parte de la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A. (en adelante **Turismo y Deporte de Andalucía**) de la prestación de servicios de agencia de publicidad, de conformidad con el art. 13 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, para la planificación y compra de espacios publicitarios en el ámbito de la promoción del destino turístico "Andalucía", según los siguientes lotes:

Lote 1: Ventanas de comunicación permanentes en soportes impresos para la promoción turística de Andalucía.
Lote 2: Ventanas de comunicación permanentes en soportes televisivos, para la promoción turística de Andalucía.
Lote 3: Ventanas de comunicación permanentes en soportes radiofónicos, para la promoción turística de Andalucía..
Lote 4: Ventanas de comunicación permanentes en soportes digitales, para la promoción turística de Andalucía.
Lote 5: Ventanas de comunicación permanentes en soportes multisegmento, para la promoción turística de Andalucía.

SEGUNDA.- PRESUPUESTO DE LICITACIÓN.

El presupuesto de licitación asciende a 3.220.000,00 euros IVA no incluido, distribuido en lotes:

Lote:	Presupuesto, IVA no incluido.
Lote 1: Ventanas de comunicación permanentes en soportes impresos para la promoción turística de Andalucía.	950.000,00
Lote 2: Ventanas de comunicación permanentes en soportes televisivos, para la promoción turística de Andalucía.	700.000,00
Lote 3: Ventanas de comunicación permanentes en soportes radiofónicos, para la promoción turística de Andalucía..	450.000,00
Lote 4: Ventanas de comunicación permanentes en soportes digitales, para la promoción turística de Andalucía.	120.000,00
Lote 5: Ventanas de comunicación permanentes en soportes multisegmento, para la promoción turística de Andalucía.	1.000.000,00

En dichos importes se incluyen todos los gastos necesarios para la correcta ejecución de los trabajos.

Esta contratación será cofinanciada con cargo a Fondos FEDER: Programa Operativo Integrado de Andalucía 2014-2020 (tasa de cofinanciación 80%) (Andalucía se Mueve con Europa).

Se declara improcedente la revisión de precios.

En los citados importes se incluyen todos los gastos necesarios para la correcta ejecución de los trabajos.

El periodo de ejecución de los correspondientes contratos comprenderá el ejercicio económico 2018.

TERCERA.- FORMA DE PAGO.

Turismo y Deporte de Andalucía hará efectivo el abono de las correspondientes facturas a 60 días a contar desde la fecha de registro de entrada previa la verificación de conformidad de los servicios contratados.

Para el abono de las facturas será necesario, sin perjuicio de lo establecido en el punto E de la cláusula segunda del Pliego de Prescripciones Técnicas, que las mismas vayan acompañadas de los correspondientes documentos acreditativos de la realización de las campañas, según los siguientes lotes:

- Lote 1: Dossier de prensa que recoja los contenidos publicitarios y redaccionales publicados en formato digital.
- Lote 2 y 3: Certificados de emisión y copia, en formato digital, de los programas y contenidos publicitarios emitidos.
- Lote 4 y 5 : Justificantes de emisión, contenidos publicitarios y redaccionales publicados en formato digital (tanto en medios impresos o digitales), y desarrollo y justificación de acciones especiales o exteriores desarrolladas en los diferentes planes de medios.

Las facturas se expedirán mensualmente, en un plazo máximo de 15 días al vencimiento del correspondiente mes, conforme a las exigencias legalmente previstas, responderán siempre a las prestaciones realizadas y en ellas se indicará el número de expediente (Expd. C101-15JM-0118-0003) y el código del pedido que se especifique en el correspondiente contrato.

Sin perjuicio de lo anterior, las empresas contratistas de los lotes 1, 2, 3, y 4 emitirán mensualmente dos facturas, una por los servicios de agencia de planificación y compra de medios andaluces y otra en medios nacionales.

CUARTA.- RÉGIMEN JURÍDICO.

El contrato a que se refiere el presente Pliego es de carácter privado según el art. 13 de la Ley 34/1988 de 11 de noviembre, General de Publicidad, y se regirá por lo aquí establecido y, para lo no previsto en él, serán de aplicación las normas de Derecho Privado, a excepción del

procedimiento de adjudicación que le será de aplicación el Real Decreto Legislativo 3/2011, de 14 de noviembre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de Contratos del Sector Público (en adelante TRLCSP).

El presente Pliego de Condiciones Particulares y el de Prescripciones Técnicas, así como los Anexos que se acompañan, revisten carácter contractual.

QUINTA.- CAPACIDAD PARA CONTRATAR.

Están facultadas para contratar con **Turismo y Deporte de Andalucía** las personas naturales o jurídicas, españolas o extranjeras, que tengan plena capacidad de obrar, no estén incursas en alguna de las prohibiciones de contratar que señala el artículo 60 del TRLCSP, y acrediten su solvencia económica, financiera y técnica, conforme a lo establecido en los artículos 75 a 79 del TRLCSP, o, en los casos en que así lo exija la Ley, se encuentren debidamente clasificadas.

Las empresas licitadoras deberán, asimismo, acreditar no estar incursas en los supuestos de prohibiciones para contratar que se recogen en el artículo 60 del TRLCSP, y cumplir con las disposiciones vigentes en materia de prevención de riesgos laborales.

Para las empresas no comunitarias, comunitarias y uniones de empresas, se estará a lo dispuesto en los artículos 55, 58 y 59 del TRLCSP, respectivamente.

De igual forma, deberán estar en posesión de todo tipo de licencias, clasificaciones, autorizaciones, permisos y documentación necesaria para el desarrollo de las actividades objeto del contrato.

Las proposiciones de las empresas licitadoras que no cumplan con estas exigencias serán desestimadas.

SEXTA.- LUGAR, PLAZO Y FORMA DE PRESENTACIÓN DE PROPOSICIONES.

Las proposiciones se presentarán en el lugar y plazo señalados en el presente Pliego y en el anuncio de licitación publicado al efecto.

La presentación de la proposición presupone que el interesado acepta de modo incondicional las cláusulas del presente Pliego.

Lugar de petición de información, retirada de pliegos y presentación de ofertas:

Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A.
Departamento de Contratación
Antiguo Parador de San Rafael
C/ Compañía, 40
29008 Málaga

Teléfono: 951 299 300
Fax: 951 299 317

contratacion@andalucia.org
www.juntadeandalucia.es/contratacion

Para cualquier aclaración relativa a cuestiones técnicas, se deberá contactar con: Víctor Sánchez, en el tel. 951 299 300

Plazo de petición de información y retirada de pliegos: Hasta las 14:00 horas del 26 de febrero de 2018.

Plazo de presentación de ofertas: Hasta las 14:00 horas del 26 de febrero de 2018.

La presentación de proposiciones que no sean entregadas personalmente, podrá efectuarse por correo o mensajería, en cuyo caso el interesado deberá acreditar con el resguardo correspondiente, la fecha de imposición del envío, y anunciar el mismo día al Departamento de Contratación de **Turismo y Deporte de Andalucía**, por correo electrónico, la remisión de la proposición. Sin cumplir tales requisitos no será admitida la proposición en el caso de que se reciban fuera del plazo fijado. No obstante, transcurridos diez días desde la terminación del plazo de presentación, no será admitida ninguna proposición enviada por correo o mensajería.

La apertura del Sobre C tendrá lugar en acto público que se celebrará a las 12'00 horas del día 1 de marzo de 2018 en las oficinas de **Turismo y Deporte de Andalucía,** sitas en Málaga, Antiguo Parador de San Rafael, C/ Compañía, 40.

a) Formalidades:

Las empresas licitadoras presentarán **dos sobres** en la forma que a continuación se indica:

Sobre B: Proposición técnica.
Sobre C: Documentación acreditativa de los requisitos previos

Deberá figurar en el exterior de cada uno de los dos sobres:

1. Nombre de la empresa licitadora, o licitadoras en el caso de Unión Temporal de Empresas.
2. Domicilio social.
3. NIF.
4. Teléfono, correo electrónico y fax de contacto, al que **Turismo y Deporte de Andalucía** realizará todas las comunicaciones requeridas en el procedimiento de adjudicación.
5. Persona de contacto.
6. Título del Proyecto y número de expediente de licitación.
7. En su caso, **lotes a los que se licita.**
8. Firma del representante legal de la empresa licitadora, debidamente diligenciada con el sello correspondiente.

En los sobres se incluirá, debidamente enumerada, la siguiente documentación:

Sobre B. Proposición técnica.

Propuesta del plan de medios, **por Lote al que presente oferta**, ajustado a lo especificado en el Pliego de Prescripciones Técnicas y, a efectos de valorar la calidad técnica de la propuesta, una memoria justificativa del plan.

Se deberán entregar DOS EJEMPLARES de la propuesta técnica (uno de ellos en formato digital).

Sobre C. Documentación acreditativa de los requisitos previos.

1. Documentos que acrediten la personalidad de la empresa licitadora y, en su caso, la representación.

   En el caso de persona física, fotocopia del Documento Nacional de Identidad, o el que en su caso, le sustituya reglamentariamente, y, en su caso, la escritura de apoderamiento debidamente legalizada.

   Si se trata de **Sociedades**, escritura de constitución o de modificación, en su caso, debidamente inscrita en el Registro Mercantil, cuando este requisito fuera exigible conforme a la legislación mercantil que le sea aplicable, así como poder notarial suficiente justificativo de la representación que ostente el firmante de la proposición.

   Si se tratase de **empresas no españolas** de Estados miembros de la Comunidad Europea o signatarios del Acuerdo sobre el Espacio Económico Europeo: será suficiente con que acrediten su inscripción en el registro comercial o profesional, cuando este requisito sea exigido por la legislación del Estado respectivo o presentación de las certificaciones que se indican en el anexo I del R.D. 1098/2001. Las demás empresas extranjeras deberán acreditar su capacidad de obrar con certificación expedida por la Embajada de España en el Estado correspondiente.

   De presentarse a la licitación **uniones de empresas** que se constituyan temporalmente al efecto, los documentos acreditativos de la capacidad de obrar de cada una de las empresas que la componen, conforme a las cláusulas precedentes. En el escrito de proposición de unión, deberán indicar los nombres y circunstancias de las empresas que la suscriban, la participación de cada una de ellas y nombrar un representante único de la agrupación con poderes bastantes para ejercitar los derechos y cumplir las obligaciones que se deriven del contrato. Sólo en el caso de que el contrato sea adjudicado a la unión de empresas, deberán éstas acreditar la constitución de la misma.

2. Documentos que acrediten la solvencia económica y financiera de la empresa licitadora. Ésta se acreditará por alguno de los siguientes medios:

   - Justificante de tener contratado un seguro de indemnización por riesgos profesionales.
   - Cuentas anuales relativas a los tres últimos ejercicios o declaraciones del Impuesto de la Renta de las Personas Físicas.
   - Declaración relativa a la cifra global de negocios en el curso de los últimos tres ejercicios.

En función de la documentación aportada, se considerará que la empresa tiene solvencia económica y financiera si cumple con el criterio que se señala:

- Si el Justificante de tener contratado un seguro de indemnización por riesgos profesionales es por una cuantía igual o superior al presupuesto por medio del lote/lotes al que presente oferta.
- Si de las cuentas anuales se deduce que dispone de unos fondos propios que sean al menos el 20% de presupuesto por medio del lote/lotes al que presente oferta.
- Si de la declaración relativa a la cifra global de negocios resulta que la de menor importe de los tres últimos años es superior al triple de presupuesto por medio del lote/lotes al que presente oferta.

3. Documentos que acrediten la solvencia técnica de la empresa licitadora. Ésta se acreditará aportando relación de los principales servicios o trabajos realizados en los últimos 5 años, que incluya su importe, fechas y beneficiarios públicos o privados de los mismos, *considerándose acreditada si ha realizado en dicho período* al menos 3 trabajos directamente relacionados con el objeto del contrato.

4. Declaración responsable expedida por el Órgano de dirección o representación competente, conforme al modelo que se acompaña como Anexo I al Pliego de Condiciones Particulares, relativa a los siguientes extremos:

- Que la empresa licitadora posee plena capacidad de obrar y no estar incursa en las prohibiciones de contratar conforme a los artículos 60 y 61 del TRLCSP.
- Que se halla al corriente del cumplimiento de las obligaciones tributarias y de Seguridad Social impuestas por las disposiciones vigentes, así como que no tiene deudas tributarias con la Comunidad Autónoma de Andalucía, sin perjuicio de que la justificación acreditativa de tal requisito se exija, antes de la adjudicación, a los que vayan a resultar empresas adjudicatarias del contrato.
- Que no concurren en los representantes legales de la entidad las limitaciones impuestas por la Ley 3/2005, de 8 de abril, de Incompatibilidades de Altos Cargos de la Administración de la Junta de Andalucía.
- Que no se ha participado en la elaboración de las especificaciones técnicas o de los documentos preparatorios del contrato siempre que dicha participación pueda provocar restricciones a la libre concurrencia o suponer un trato privilegiado con respecto al resto de las empresas licitadoras.
- Que la propuesta ha sido elaborada conforme a las obligaciones relativas a la fiscalidad, protección del medio ambiente, empleo y condiciones laborales.
- En caso de que la empresa licitadora sea extranjera, el compromiso de someterse a la jurisdicción de los Juzgados y Tribunales españoles de cualquier orden para todas las incidencias que de modo directo o indirecto pudieran surgir del contrato, con renuncia, en su caso, al fuero jurisdiccional extranjero que pudiera corresponder a la misma.

La no presentación o presentación incorrecta de la declaración indicada dará lugar al rechazo de la proposición. La falsedad de dicha declaración, además de cualquier otra responsabilidad exigible en derecho, constituirá, previa instrucción del procedimiento que

corresponda, causa de exclusión del procedimiento de adjudicación para el que se hubiere presentado o de resolución del contrato que se hubiere concertado con el infractor, y la consecuente pérdida de la garantía provisional o definitiva que, en su caso, hubiere presentado, cuyo importe será considerado como de indemnización de daños y perjuicios.

5. Certificado que acredite, en su caso, la condición de centro especial de empleo, de trabajador/autónomo/a discapacitado/a, o la pertenencia a la plantilla de la empresa de un número de trabajadores minusválidos no inferior al 2 por ciento de la misma.

Las empresas inscritas en el Registro de Licitadores de la Comunidad Autónoma de Andalucía, podrán aportar, en lugar de los documentos exigidos en los puntos 1) y 2), certificación expedida por el citado Registro, acompañada de una declaración expresa responsable, emitida por la empresa licitadora o cualquiera de los representantes con facultades que figuren en el Registro, relativa a la no alteración de los datos que constan en el mismo.

Las empresas extranjeras, presentarán la documentación traducida de forma oficial al castellano. En cualquier caso, todo documento presentado por las empresas licitadoras deberá estar en castellano.

La falta de presentación de cualquiera de los documentos que deben incluirse en los sobres, podrá ser, por sí sola, causa de exclusión de la licitación.

Una vez adjudicado el contrato, una copia de la documentación técnica y la documentación administrativa presentada en original o mediante copias que tengan el carácter de auténticas conforme a la legislación vigente quedará a disposición de la correspondiente empresa licitadora que la hubiera aportado. Transcurridos tres meses sin que se haya procedido a retirar la citada documentación **Turismo y Deporte de Andalucía** se reserva la posibilidad de destruirla.

SÉPTIMA.- CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN.

La adjudicación POR LOTE recaerá, en la empresa licitadora que, en su conjunto, haga la proposición más ventajosa teniendo en cuenta los criterios de adjudicación y ponderaciones que a continuación se especifican:

LOTE 1: VENTANAS DE COMUNICACIÓN PERMANENTE EN MEDIOS IMPRESOS

Los criterios que se considerarán para realizar la adjudicación y la ponderación que se les atribuye, se especifican a continuación:

a) Plan de medios propuesto (30 puntos)
b) Grp´s conseguidos en prensa y revistas autonómicas (40 puntos)
c) Grp´s conseguidos en revistas nacionales (15 puntos)
d) Grp´s conseguidos en suplementos de viajes nacionales (15 puntos)

a. Hace referencia a la idoneidad de los medios seleccionados, su distribución respecto a su nivel de audiencia dentro de la prensa generalista andaluza y nacional así como al grado de notoriedad y eficacia de los formatos seleccionados en revistas y suplementos de viajes.

b. Se presentarán los Grp´s en formato autonómico (Se extrapolarán los datos provinciales a autonómicos) puntuando la mayor oferta con la mejor valoración y al resto de manera proporcional.

c. Se presentarán los Grp´s en formato 30" nacional puntuando la mayor oferta con la mejor valoración y al resto de manera proporcional.

d. Se presentarán los Grp´s en formato 30" nacional puntuando la mayor oferta con la mejor valoración y al resto de manera proporcional.

LOTE 2: VENTANAS DE COMUNICACIÓN PERMANENTE EN TELEVISIÓN

Los criterios que se considerarán para realizar la adjudicación y la ponderación que se les atribuye, se especifican a continuación:

a) Plan de medios propuesto (30 puntos)
b) Grp´s conseguidos a nivel nacional en formato convencional (25 puntos)
c) Grp´s conseguidos a nivel nacional en formato AA.EE (25 puntos)
d) Grp´s conseguidos a nivel autonómico (20 puntos)

a. Hace referencia a la idoneidad de los medios seleccionados, su distribución respecto a su nivel de audiencia dentro de la televisión autonómica andaluza y nacional así como al grado de notoriedad y eficacia de los formatos seleccionados en las diferentes cadenas planificadas.

b. Se presentarán los Grp´s en formato 30" nacional puntuando la mayor oferta con la mejor valoración y al resto de manera proporcional.

c. Se presentarán los Grp´s en formato 30" nacional puntuando la mayor oferta con la mejor valoración y al resto de manera proporcional.

d. Se presentarán los Grp´s en formato 30" autonómico puntuando la mayor oferta con la mejor valoración y al resto de manera proporcional.

LOTE 3: VENTANAS DE COMUNICACIÓN PERMANENTE EN RADIO

Los criterios que se considerarán para realizar la adjudicación y la ponderación que se les atribuye, se especifican a continuación:

a) Plan de medios propuesto (30 puntos)
b) Grp´s conseguidos a nivel nacional (35 puntos)
c) Grp´s conseguidos a nivel autonómico (35 puntos)

a. Hace referencia a la idoneidad de los medios seleccionados, su distribución respecto a su nivel de audiencia dentro de la radio autonómica andaluza y nacional así como al grado de notoriedad y eficacia de los formatos seleccionados en las diferentes emisoras planificadas.

b. Se presentarán los Grp´s en formato 30" nacional puntuando la mayor oferta con la mejor valoración y al resto de manera proporcional.

c. Se presentarán los Grp´s en formato 30" autonómico puntuando la mayor oferta con la mejor valoración y al resto de manera proporcional.

LOTE 4: VENTANAS DE COMUNICACIÓN PERMANENTE EN MEDIOS DIGITALES

Los criterios que se considerarán para realizar la adjudicación y la ponderación que se les atribuye, se especifican a continuación:

Los criterios que se considerarán para realizar la adjudicación y la ponderación que se les atribuye, se especifican a continuación:

a) Plan de medios propuesto (30 puntos)
b) Impresiones logradas a nivel autonómico (35 puntos)
c) Impresiones logradas a nivel nacional (35 puntos)

a. Hace referencia a la idoneidad de los medios seleccionados, su distribución respecto a su nivel de audiencia dentro de la red digital autonómica andaluza y nacional así como al grado de notoriedad y eficacia de los formatos seleccionados.

b. Se valorará el mayor número de impresiones con la mejor puntuación valorando al resto de manera proporcional.

c. Se valorará el mayor número de impresiones con la mejor puntuación valorando al resto de manera proporcional.

LOTE 5: VENTANAS DE COMUNICACIÓN PERMANENTE MULTISEGMENTO

Los criterios que se considerarán para realizar la adjudicación y la ponderación que se les atribuye, se especifican a continuación:

a) Plan de medios propuesto (30 puntos)
b) Grp´s conseguidos en medios impresos nacionales (15 puntos)
c) Grp´s conseguidos en medios impresos autonómicos (20 puntos)
d) Grp´s conseguidos en medios radiofónicos nacionales (10 puntos)
e) Grp´s conseguidos en medios radiofónicos autonómicos (15 puntos)
f) Impresiones logradas (10 puntos)

a. Hace referencia a la idoneidad de los medios seleccionados, su distribución respecto a su nivel de audiencia dentro de la prensa, radio y medios digitales andaluces así como al grado de notoriedad y eficacia de los formatos seleccionados en los diferentes medios planificados.

b. Se presentarán los Grp´s en formato nacional puntuando la mayor oferta con la mejor valoración y al resto de manera proporcional.

c. Se presentarán los Grp´s en formato autonómico (Se extrapolarán los datos provinciales a autonómicos) puntuando la mayor oferta con la mejor valoración y al resto de manera proporcional.

d. Se presentarán los Grp´s en formato 30" nacional puntuando la mayor oferta con la mejor valoración y al resto de manera proporcional.

e. Se presentarán los Grp´s en formato 30" autonómico (Se extrapolarán los datos provinciales a autonómicos) puntuando la mayor oferta con la mejor valoración y al resto de manera proporcional.

f. Se valorará el mayor número de impresiones con la mejor puntuación valorando al resto de manera proporcional.

Nota: Para los cinco Lotes el público objetivo de referencia son personas mayores de 16 años del territorio nacional o Andalucía (Dependiendo del ámbito). Cualquier oferta que presente datos cuantitativos basados en otros target será inhabilitada en el apartado en cuestión

Turismo y Deporte de Andalucía se reserva el derecho de anular o declarar desierto el presente procedimiento, sin que las empresas licitadoras tengan derecho a reclamación alguna por este motivo.

Asimismo **Turismo y Deporte de Andalucía** se reserva el derecho de efectuar cuantas comprobaciones considere necesarias antes de la adjudicación, y en caso de no ajustarse la oferta de la empresa licitadora a lo dispuesto en el presente Pliego, desestimar la oferta

presentada. Además, y durante el proceso, **Turismo y Deporte de Andalucía** podrá convocar a todas o alguna/s de las empresas licitadoras para la presentación de su oferta.

En caso de igualdad entre dos o más empresas licitadoras, desde el punto de vista de los criterios que sirven de base para la adjudicación, será preferida en primer lugar, la proposición presentada por centros especiales de empleo o trabajador/a autónomo/a discapacitado/a, y en segundo lugar aquella empresa que, en el momento de acreditar la solvencia técnica, tenga en su plantilla un número de trabajadores/as minusválidos/as no inferior al 2 por ciento de la misma.

De persistir el empate entre dos o más empresas, la situación se resolverá mediante sorteo.

La adjudicación no genera derecho alguno a favor de la empresa adjudicataria sino hasta la formalización del correspondiente contrato.

OCTAVA.- ADJUDICACIÓN Y FORMALIZACIÓN DEL CONTRATO.

Turismo y Deporte de Andalucía requerirá al/a los licitador/es que haya/n presentado la oferta más ventajosa por lote para que acredite el cumplimiento de las siguientes obligaciones en el plazo máximo de 10 días hábiles:

A.- Constituir una garantía definitiva, a favor y disposición de **Turismo y Deporte de Andalucía** por importe del 5% de la cuantía del presupuesto por soporte IVA no incluido. La garantía podrá constituirse por alguno de los siguientes medios:

a) Mediante depósito constituido en metálico o en valores públicos o privados avalados por el Estado, por una Comunidad Autónoma o por alguno de los bancos, cajas de ahorros, cooperativas de crédito, establecimientos financieros de crédito y sociedades de garantía recíproca autorizados para operar en España.
b) Mediante aval prestado por alguno de los bancos, cajas de ahorros, cooperativas de crédito, establecimientos financieros de crédito y sociedades de garantía recíproca autorizados para operar en España.
c) Por contrato de seguro de caución celebrado con entidad aseguradora autorizada para operar en el ramo de caución, acreditado debidamente mediante la correspondiente certificación.

Cuando como consecuencia de la modificación del contrato su precio o plazo de ejecución experimente variación se reajustará la garantía, a fin de que guarde la debida proporción con el nuevo precio o plazo de ejecución resultantes.

La garantía definitiva responderá de los siguientes conceptos:

a) De las penalidades impuestas a la empresa adjudicataria en razón de la ejecución del contrato.
b) De las obligaciones derivadas del contrato, de los gastos originados a **Turismo y Deporte de Andalucía** por demora de la empresa adjudicataria en el cumplimiento de sus obligaciones, y de los daños y perjuicios ocasionados a la misma con motivo de la ejecución

del contrato o en el supuesto de incumplimiento del mismo sin resolución.

c) De la indemnización, total o parcial, de daños y perjuicios, en caso de resolución por causa imputable a la empresa adjudicataria.

Quedan exceptuadas del requisito de constitución de garantía definitiva, las entidades que tengan reconocida esta excepción por las leyes estatales o disposiciones autonómicas andaluzas.

B.- Presentar, si no lo hubiere hecho con la presentación de oferta, la documentación que acredite estar al corriente de pago en sus obligaciones fiscales y de seguridad social, tanto propias como con respecto al personal que trabaje a su servicio:

- Certificación de estar al corriente de sus obligaciones tributarias estatales y andaluzas.
- Certificación expedida por la Tesorería de la Seguridad Social de estar al corriente de sus obligaciones ante ésta.

Turismo y Deporte de Andalucía adjudicará el contrato dentro de los cinco días hábiles siguientes a la recepción de la documentación citada, lo comunicará a los interesados en los términos establecidos en el art. 151 del TRLCSP, se publicará la adjudicación en el Perfil del Contratante y D.O.U.E.

La formalización del contrato será publicada en el perfil del contratante.

NOVENA.- OTRAS OBLIGACIONES DE LA EMPRESA ADJUDICATARIA.

1. Obligaciones laborales y sociales.

Todo el personal destinado a la realización del objeto del contrato, dependerá exclusivamente de la empresa adjudicataria, teniendo ésta todos los derechos y obligaciones que le son inherentes en su calidad de patrón, debiendo cumplir las disposiciones vigentes en materia laboral, de seguridad social así como las disposiciones de la Ley de Prevención de Riesgos Laborales.

A **Turismo y Deporte de Andalucía** no podrá exigírsele responsabilidad de ninguna clase, como consecuencia de las relaciones existentes entre la empresa adjudicataria y sus empleados, aunque las medidas y sanciones que éste adopte se basen en el incumplimiento, interpretación o resolución del contrato objeto de esta adjudicación.

2. Gastos e Impuestos.

- Los gastos originados para la correcta ejecución del contrato.
- Indemnizaciones de todo tipo que tengan su causa en la ejecución de los trabajos.
- Constitución de avales o cualquier otro tipo de garantía que fueren requeridos por los medios en los que las campañas se difundan.
- Todo impuesto que se devengue con ocasión o como consecuencia del contrato.

DÉCIMA.- CESIÓN DEL CONTRATO. SUBCONTRATACIÓN.

La empresa adjudicataria no podrá ceder los derechos y obligaciones que se deriven del contrato, y para poder subcontratar con terceros tendrá que contar con la autorización de **Turismo y Deporte de Andalucía.**

A los efectos del cumplimiento de las obligaciones dimanantes del contrato, se reputará a la empresa adjudicataria como única contratista, aunque se produzca la subcontratación consentida a que se refiere el párrafo anterior.

UNDÉCIMA.- MODIFICACIONES.

Turismo y Deporte de Andalucía podrá realizar modificaciones sobre los planes de medios que no supongan modificación alguna en los presupuestos totales de adjudicación y cuando las necesidades publicitarias lo requieran. Estas modificaciones podrán afectar a todos aquellos aspectos incluidos en la planificación con las limitaciones establecidas en la ley.

DUODÉCIMA.- CONFIDENCIALIDAD.

La empresa adjudicataria no podrá utilizar para sí ni proporcionar a terceros dato alguno de los trabajos contratados ni publicar, total o parcialmente, el contenido de los mismos sin autorización escrita de **Turismo y Deporte de Andalucía**. El adjudicatario adquirirá el compromiso de la custodia fiel y cuidadosa de la documentación que se entregue para la realización del trabajo y, con ello, la obligación de que ni la documentación ni la información que ella contiene o a la que acceda como consecuencia del trabajo realizado llegue en ningún caso a poder de terceras personas.

DECIMOTERCERA.- PROTECCIÓN DE DATOS.

Cuando sea necesario el acceso o tratamiento de datos personales de **Turismo y Deporte de Andalucía** para la prestación del servicio, el adjudicatario asumirá la figura recogida en el artículo 12 de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de Diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, relativo al acceso a datos por cuenta de terceros. Esto implica que el adjudicatario deberá velar por el cumplimiento de las siguientes especificaciones:

- No se destinarán los datos a una finalidad distinta de la establecida en el contrato.
- No se comunicarán los datos a terceros, ni siquiera para su conservación.
- Se deberán adoptar las medidas de seguridad adecuadas a la naturaleza de la información tratada.
- Se deberá guardar secreto profesional durante la prestación de los servicios, así como posteriormente a dicha prestación.
- Una vez finalizada la prestación del servicio, la empresa adjudicataria deberá devolver los soportes magnéticos, ópticos o de cualquier otro tipo, facilitados para la realización del trabajo.

DECIMOCUARTA.- IMAGEN CORPORATIVA.

La imagen que aparezca en los diferentes medios deberá adecuarse a lo establecido en el Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía, fijado en el Decreto 96/2017, de 27 de junio (BOJA n°26, 4 de julio de 2017) y el Manual de Aplicación de la Marca de promoción turística "Andalucía". Asimismo deberá aparecer el logotipo del Fondo Europeo de Desarrollo Regional "FONDOS FEDER" ("Andalucía se mueve con Europa").

La impresión de logotipos de la Junta de Andalucía / Consejería de Turismo y Deporte , así como la marca de promoción turística de la Junta de Andalucía, deberán hacerse respetando fielmente los logotipos y originales que se faciliten por parte de **Turismo y Deporte de Andalucía**.

DECIMOQUINTA.- TRANSPARENCIA Y OBLIGACIÓN DE SUMINISTRAR INFORMACIÓN.

En aplicación de lo establecido en el artículo 4.2 de la Ley 1/2014, de 24 de junio, de Transparencia Pública de Andalucía, la empresa adjudicataria, previo requerimiento de **Turismo y Deporte de Andalucía de Andalucía**, estará obligada a suministrarle toda la información necesaria para cumplir con las exigencias establecidas en esa ley.

DECIMOSEXTA.- ARCHIVO AUDIOVISUAL.

La empresa adjudicataria, en su caso, una vez que haya realizado la producción definitiva de las distintas piezas creativas de la campaña, deberá entregar a **Turismo y Deporte de Andalucía** dos copias originales de todo el material creativo en los soportes y formatos que se relacionan a continuación:

1. Del material gráfico:
   - CD en formato Fh con textos trazados y en tiff o pdf.

Turismo y Deporte de Andalucía remitirá una de las copias a la Dirección General de Comunicación Social para su incorporación al archivo audiovisual de la Junta de Andalucía.

DECIMOSÉPTIMA.- ACCESIBILIDAD.

Al objeto de garantizar el derecho a la información y accesibilidad para las personas con discapacidad sensorial, auditiva y visual, de la actividad publicitaria que se realiza y difunde por la Administración de la Junta de Andalucía, se deberá incorporar en los mensajes que se emitan a través de la televisión el uso de:

- La locución de los mensajes escritos que aparezcan en pantalla (relativos a plazos, fechas...).
- La subtitulación o sobreimpresión de los mensajes.
- La lengua de signos española, bien sea por el sistema de ventana o imagen sin enmarcar, en un ángulo de la pantalla y la audio-descripción.

Estos procedimientos se realizarán con arreglo a las normas técnicas establecidas para cada caso, así como las recomendaciones aceptadas para facilitar dicha accesibilidad.

DECIMOCTAVA.- CLÁUSULA DE GÉNERO.

Las empresas licitantes, en la elaboración y presentación de sus propuestas creativas, deberán tener en cuenta lo establecido en el artículo 58 de la Ley 12/2007, de 26 de noviembre, para la promoción de la igualdad de género en Andalucía, con respecto a la utilización de un uso no sexista del lenguaje, la transmisión de una imagen de igualdad entre hombres y mujeres, así como libre de estereotipos sexistas.

DECIMONOVENA- RESOLUCIÓN DEL CONTRATO.

Son causa de resolución del contrato:

a) La extinción de la personalidad jurídica de cualquiera de las partes.
b) El mutuo acuerdo de las partes.
c) El incumplimiento total o parcial de todas o alguna de las condiciones pactadas.
d) El incumplimiento posterior a la declaración de expediente de la empresa adjudicataria, en todo caso; o anterior si se tratare de contratos de tracto sucesivo.
e) Los motivos específicos de resolución especial convenidos, así como los casos previstos en la legislación vigente.

Las partes contratantes quedan obligadas a requerir fehacientemente a la otra ante cualquier causa de resolución, incumplimiento o divergencia; concediéndole a la parte requerida un plazo de diez días para, en el caso de no encontrar una solución a la cuestión suscitada, dar por resuelto el contrato el requirente o ejercitar las acciones que estime conveniente.

Los efectos de la resolución serán los siguientes:

a) Cuando obedezca a mutuo acuerdo, los derechos de las partes se acomodarán a lo válidamente estipulado entre ambas.
b) El incumplimiento por parte de **Turismo y Deporte de Andalucía** de las obligaciones del contrato determinará, con carácter general, el pago de los daños y perjuicios que por tal causa se irroguen al contratista.
c) Cuando el contrato se resuelva por incumplimiento culpable del contratista, éste perderá la garantía que hubiera presentado y deberá, además, indemnizar a **Turismo y Deporte de Andalucía** los daños y perjuicios ocasionados en lo que excedan del importe de dicha garantía.

VIGÉSIMA.- JURISDICCIÓN.

Para resolver cualquier discrepancia que pudiera surgir en la interpretación o ejecución del contrato, ambas partes se someterán expresamente a la jurisdicción y competencia de los Juzgados y Tribunales de Málaga.

VIGÉSIMOPRIMERA.- ÓRGANO DE CONTRATACIÓN.-

El órgano de contratación del **Expd. C101-15JM-0118-0003 es el Consejero Delegado de la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A.**

Málaga, 16 de enero de 2018

ANEXO I

DECLARACIÓN RESPONSABLE

D./Doña....., con residencia en .....provincia de,....., calle,....., núm....., en nombre propio o de la empresa..... (1), que representa, al objeto de participar en la adjudicación del expediente de contratación denominado **LA PLANIFICACIÓN Y COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS PARA LA PROMOCIÓN DEL DESTINO ANDALUCÍA A NIVEL REGIONAL Y NACIONAL DURANTE 2018 (Expd. C101-15JM-0118-0003), LOTE/S _____** declara bajo su personal responsabilidad:

a. Que la empresa licitadora posee plena capacidad de obrar y no estar incurso en las prohibiciones de contratar conforme a los artículos 60 y 61 del TRLCSP.
b. Que se halla al corriente del cumplimiento de las obligaciones tributarias y de Seguridad Social impuestas por las disposiciones vigentes, así como que no tiene deudas tributarias con la Comunidad Autónoma de Andalucía, sin perjuicio de que la justificación acreditativa de tal requisito se exija, antes de la adjudicación, a los que vayan a resultar empresas adjudicatarias del contrato.
c. Que no concurren en los representantes legales de la entidad las limitaciones impuestas por la Ley 3/2005, de 8 de abril, de Incompatibilidades de Altos Cargos de la Administración de la Junta de Andalucía.
d. Que no se ha participado en la elaboración de las especificaciones técnicas o de los documentos preparatorios del contrato siempre que dicha participación pueda provocar restricciones a la libre concurrencia o suponer un trato privilegiado con respecto al resto de las empresas licitadoras.
e. Que la propuesta ha sido elaborada conforme a las obligaciones relativas a la fiscalidad, protección del medio ambiente, empleo y condiciones laborales.
f. En caso de que la empresa licitadora sea extranjera, el compromiso de someterse a la jurisdicción de los Juzgados y Tribunales españoles de cualquier orden para todas las incidencias que de modo directo o indirecto pudieran surgir del contrato, con renuncia, en su caso, al fuero jurisdiccional extranjero que pudiera corresponder a la misma.

Y para que así conste y a los efectos oportunos, expido la presente declaración.

Lugar, fecha y firma del/la declarante (2)

1. En caso de uniones de empresas deberán constar los datos de cada una de ellas.
2. En caso de uniones de empresas deberán constar las firmas de cada una de ellas.