



PROMOTUR TURISMO CANARIAS, S.A.

PLIEGO DE CLÁUSULAS ADMINISTRATIVAS Y PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DE UN SERVICIO CONSISTENTE EN LA PLANIFICACIÓN, CONTRATACIÓN Y GESTIÓN DE SERVICIOS PUBLICITARIOS Y FERIALES PARA LA MARCA TURÍSTICA ISLAS CANARIAS COFINANCIADO CON EL FONDO EUROPEO DE DESARROLLO REGIONAL (FEDER)

AJ 9/18AA

La presente licitación, y su presupuesto, está cofinanciado en un 85% (o importe equivalente que se designe durante la duración del contrato) por el **Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)**.

La ejecución de los servicios objeto de contratación quedará sujeta a las disposiciones en materia de información y publicidad, de conformidad con lo establecido en el artículo 115 y anexo XII del Reglamento (UE) Nº 1303/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo de 17 de diciembre de 2013, así como a las directrices recogidas en la guía de información y comunicación de las intervenciones cofinanciadas por los Programas Operativos FEDER y FSE de Canarias 2014-2020, en la siguiente url: http://www.gobiernodecanarias.org/cmsgobcan/export/sites/hacienda/dgplani/galeria/20160809_Guia-lyP_Canarias-FEDER-y-FSE_V19.pdf, especialmente, con la inserción de los logos siguientes:



www.canarias.es
info@turismodecanarias.com



N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

PLIEGO DE CLÁUSULAS ADMINISTRATIVAS Y PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DE UN SERVICIO CONSISTENTE EN LA PLANIFICACIÓN, CONTRATACIÓN Y GESTIÓN DE SERVICIOS PUBLICITARIOS Y FERIALES PARA LA DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS, ACCIONES Y CONTENIDOS DE LA MARCA TURÍSTICA ISLAS CANARIAS COFINANCIADO CON EL FONDO EUROPEO DE DESARROLLO REGIONAL (FEDER). (AJ 9/18AA)

I.- CLÁUSULAS GENERALES	7
1. OBJETO DEL PROCEDIMIENTO.....	7
2. DETERMINACIONES RELATIVAS AL ÓRGANO DE CONTRATACIÓN.....	8
2.1. Órgano de Contratación.....	8
2.2. Facultades del Órgano de Contratación.....	8
3. RÉGIMEN JURÍDICO Y JURISDICCIÓN.....	8
3.1. Régimen Jurídico de aplicación.....	8
3.2. Jurisdicción.....	9
4. CAPACIDAD PARA CONTRATAR.....	9
4.1. Capacidad para contratar.....	9
4.2. Clasificación de los Licitadores.....	9
4.3. Condiciones especiales de compatibilidad.....	10
4.4. Representación.....	10
4.5. Solvencia económica, financiera, profesional y técnica.....	10
4.5.1. Solvencia económica y financiera.....	11
4.5.2. Solvencia técnica y profesional.....	12
5. PRESUPUESTO DE LICITACIÓN.....	14
5.1. Presupuesto de gasto máximo o indicativo para la duración del contrato. ...	14
5.1.1. Presupuesto de gasto máximo o indicativo por lotes.....	15
5.2. Financiación Comunitaria.....	15
5.3. Existencia de crédito presupuestario.....	16
6. REVISIÓN DE PRECIOS.....	16
7. DURACIÓN DEL CONTRATO, PLAZO DE EJECUCIÓN Y PRÓRROGAS	16
II.- ADJUDICACIÓN DEL CONTRATO	17
8. PROCEDIMIENTO DE ADJUDICACIÓN.....	17
8.1. Tipo de Procedimiento y su cuantía.....	17
8.2. Criterios de adjudicación por Lotes.....	18
8.2.1. Criterios de Adjudicación para el Lote 1.....	18
8.2.2. Criterios de Adjudicación para el Lote 2.....	19
8.2.3. Criterios de adjudicación para el Lote 3.....	20
8.2.4. Criterios de Adjudicación para el Lote 4.....	21
8.2.5. Criterios de Adjudicación para el Lote 5.....	22
8.2.6. Criterios de adjudicación no evaluables automáticamente comunes al Lote 1, Lote 2, Lote 3, Lote 4 y Lote 5.....	22
8.2.6.1. Criterio a) Adhesión a sistemas éticos o de responsabilidad social en materia publicitaria.....	22
8.2.6.2. Criterio b) Disposición de sistemas de gestión medioambiental certificados.....	23
8.2.6.3. Criterio c) Disposición de medidas para la promoción de la igualdad entre mujeres y hombres.....	23



N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

8.2.6.4.	Criterio d) Propuesta de servicios de carácter innovador.....	23
8.2.6.5.	Criterio e) Propuesta de sistema de planificación, ejecución y coordinación.	24
8.2.6.6.	En referencia al Criterio f) Propuesta de equipo profesional.....	24
8.2.7.	<i>Criterios de Adjudicación no evaluables automáticamente: Lote 1.</i>	25
8.2.7.1.	Criterio g) Propuesta de enfoque en medios pagados para la marca turística Islas Canarias, excepto en redes sociales y buscadores.	25
8.2.7.2.	Criterio h) Propuesta creativa para la realización de una acción especial en medios para el mercado español de la plataforma de comunicación `Vuelve a Brillar´ perteneciente a la marca turística Islas Canarias.....	26
8.2.8.	<i>Criterios de adjudicación no evaluables automáticamente: Lote 2.</i>	26
8.2.8.1.	Criterio g) Propuesta de enfoque en social media paid para la marca turística Islas Canarias.	26
8.2.8.2.	Criterio h) Propuesta creativa para la realización de una acción especial en Facebook dirigida a los amantes de la naturaleza para el mercado británico.	27
8.2.9.	<i>Criterios de adjudicación no evaluables automáticamente: Lote 3.</i>	27
8.2.9.1.	Criterio g) Propuesta de servicio de Seguimiento de Medios.....	27
8.2.9.2.	Criterio h) Propuesta de plan de acción.	28
8.2.9.3.	Criterio i) Propuesta creativa para una acción de publicidad nativa en el mercado alemán dirigida al segmento `sibaritas modernos´.....	29
8.2.10.	<i>Criterios de adjudicación no evaluables automáticamente: Lote 4</i>	30
8.2.10.1.	Criterio g) Propuesta de enfoque en medios pagados para la marca turística Islas Canarias en el ámbito b2b.	30
8.2.10.2.	Criterio h) Propuesta creativa para la realización de una acción especial en medios pagados para el mercado profesional español.	30
8.2.11.	<i>Criterios de adjudicación no evaluables automáticamente: Lote 5.</i>	31
8.2.11.1.	Criterio g) Proyecto de diseño para la construcción del stand de PROMOTUR en la edición 2018 de WTM.	31
8.2.12.	<i>Procedimiento de Valoración para los criterios de adjudicación no evaluables automáticamente.</i>	31
8.2.13.	<i>Criterios de Adjudicación evaluables automáticamente: Lote 1.</i>	32
8.2.13.1.	Criterio i) Valoración económica de la comisión de agencia sobre la contratación de medios, soportes y espacios publicitarios on-line (excepto compra programática).....	32
8.2.13.2.	Criterio j) Valoración económica de la comisión de agencia sobre los costes de contratación de espacios publicitarios mediante compra programática	32
8.2.13.1.	Criterio k) Valoración económica de la comisión de agencia sobre la contratación de medios, soportes y espacios publicitarios off-line	33
8.2.14.	<i>Criterios de Adjudicación evaluables automáticamente: Lote 2.</i>	33
8.2.14.1.	Criterio i) Valoración económica de la comisión de agencia sobre la contratación de campañas o acciones de comunicación en redes sociales.....	33
8.2.14.2.	Criterio j) Valoración económica de la comisión de agencia sobre la contratación de campañas o acciones de comunicación en medios especiales on-line como on-line travel agencies, buscadores especializados y otros análogos.	34
8.2.15.	<i>Criterios de Adjudicación evaluables automáticamente: Lote 3.</i>	34
8.2.15.1.	Criterio j) Valoración económica de la comisión de agencia sobre los costes por contratación externa, incluidos medios.	34
8.2.15.2.	Criterio k) Dedicación prevista del equipo profesional principal.	34
8.2.16.	<i>Criterios de Adjudicación evaluables automáticamente: Lote 4.</i>	35
8.2.16.1.	Criterio i) Valoración económica de la comisión de agencia sobre la contratación de medios, soportes y espacios publicitarios on-line.	35



N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

8.2.16.2.	Criterio j) Valoración económica de la comisión de agencia sobre la contratación de medios, soportes y espacios publicitarios off-line	36
8.2.17.	Criterios de Adjudicación evaluables automáticamente: Lote 5.	36
8.2.17.1.	Criterio i) Valoración económica de la comisión de agencia sobre la contratación de proveedores externos.	36
8.2.17.2.	Criterio j) Valoración económica del precio de diseño de stands.	36
8.2.18.	Procedimiento de Valoración para los criterios de adjudicación evaluables automáticamente.	37
8.2.19.	Valoración final.	37
8.2.20.	Criterio preferencial en caso de igualdad entre dos o más proposiciones. ...	37
9.	GARANTÍA PROVISIONAL.	38
10.	PLAZO Y PRESENTACIÓN DE PROPOSICIONES	38
10.1.	Lugar y Plazo.	38
10.2.	Forma: Documentación a presentar.	38
10.3.	Documentación Aclaratoria: Acceso a través Brand Centre de Islas Canarias.	39
11.	CONTENIDO DE LAS PROPOSICIONES.	40
11.1.	Sobres: Identificación.	40
11.2.	Documentación acreditativa de la personalidad y representación y capacidad para contratar con el Sector Público.	41
11.2.1.	<i>Declaración Responsable.</i>	<i>41</i>
11.2.2.	<i>Personalidad y Representación.</i>	<i>42</i>
11.2.2.1.	Documento/s que acrediten la personalidad del empresario.	42
11.2.2.2.	Documento/s que acredite/n la representación del empresario.	43
11.2.2.3.	Uniones Temporales de Empresas (U.T.E.).	43
11.2.3.	<i>Capacidad para contratar con el Sector Público.</i>	<i>43</i>
11.2.3.1.	Certificado de Clasificación.	43
11.2.3.2.	Inexistencia de prohibiciones para contratar con la Administración.	44
11.2.3.3.	Acreditación de la relación laboral con personas con discapacidad.	44
11.2.3.4.	Registro de Contratistas de la Comunidad Autónoma de Canarias: exención de presentación de Documentación al licitador.	45
11.3.	Sobre número 1: Proposición relativa a los Criterios de adjudicación No evaluables automáticamente.	45
11.4.	Sobre número 2: Proposición Económica y/o Oferta relativa a los Criterios de adjudicación evaluables automáticamente.	46
12.	MESA DE CONTRATACIÓN	47
12.1.	Apertura de proposiciones del Sobre número 1 y 2.	48
12.1.1.	<i>Apertura proposición del Sobre número 1: Informe Técnico y Aclaraciones (documentación o información aclaratoria).</i>	<i>48</i>
12.1.2.	<i>Apertura de proposiciones del Sobre número 2.</i>	<i>48</i>
13.	ADJUDICACIÓN.	49
13.1.	Propuesta de Adjudicación.	49
13.1.1.	<i>Presentación de Documentación acreditativa de personalidad, representación y capacidad para contratar con el Sector Público.</i>	<i>49</i>
13.1.2.	<i>Documentación necesaria para ser adjudicatario.</i>	<i>50</i>
13.1.2.1.	Acreditación de estar al corriente de las Obligaciones Tributarias y con la Seguridad Social.	51
13.1.2.2.	Constitución de la garantía definitiva.	52



N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

13.2.	Acuerdo de Adjudicación.	52
III.- FORMALIZACIÓN DEL CONTRATO.....		53
14.	FORMALIZACIÓN DEL CONTRATO.....	53
IV.- EJECUCIÓN DEL CONTRATO		54
15.	SEGUIMIENTO Y CONTROL DE LA EJECUCIÓN DE LOS TRABAJOS OBJETO DEL CONTRATO: COMISIÓN DE SEGUIMIENTO.....	54
16.	OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA.....	55
16.1.	Obligaciones Esenciales del contrato.....	55
16.2.	Obligación de suministrar información por el contratista: Ley de Transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno.....	57
16.3.	Otras obligaciones del contratista.....	58
17.	GASTOS E IMPUESTOS POR CUENTA DEL CONTRATISTA.....	59
17.1.	Gastos de publicación.....	59
17.2.	Tasas e impuestos.....	59
17.3.	Otros gastos.....	59
18.	ABONOS AL CONTRATISTA.....	59
18.1.	Forma de realización del pago.....	59
18.2.	Plazos.....	59
18.3.	Cesión del cobro.....	60
19.	CUMPLIMIENTO DE LOS PLAZOS.....	61
19.1.	Cumplimiento del plazo de ejecución.....	61
19.2.	Efectos de la demora.....	61
19.3.	Derecho a indemnización.....	61
19.4.	Constitución en mora del contratista.....	61
19.5.	Retrasos no imputables.....	61
20.	CUMPLIMIENTO DEFECTUOSO O INCUMPLIMIENTO PARCIAL DE LA EJECUCIÓN DEL OBJETO DEL CONTRATO.....	61
20.1.	Cumplimiento defectuoso del contrato.....	61
20.2.	Incumplimiento parcial de la ejecución.....	62
V.- SUBCONTRATACIÓN Y CESIÓN DEL CONTRATO		62
21.	SUBCONTRATACIÓN Y CESIÓN DEL CONTRATO.....	62
VI.- MODIFICACIÓN DE CONTRATO.....		62
22.	MODIFICACIÓN DEL CONTRATO.....	62
23.	SUSPENSIÓN DEL TRABAJO OBJETO DEL CONTRATO.....	65
VII.- FINALIZACIÓN DEL CONTRATO.....		65
24.	CUMPLIMIENTO DEL CONTRATO.....	65
24.1.	Cumplimiento.....	65
24.2.	Imposibilidad de recepción.....	65
25.	RESOLUCIÓN Y EXTINCIÓN DEL CONTRATO	65
25.1.	Causas de resolución.....	65
25.2.	Situación del personal encargado de los trabajos.....	68
26.	GARANTÍA DEL RESULTADO DE LOS TRABAJOS REALIZADOS.....	68
27.	DEVOLUCIÓN O CANCELACIÓN DE LA GARANTÍA DEFINITIVA.....	68
27.1.	Cancelación o devolución total.....	68
27.2.	Cancelación o devolución parcial.....	68
27.3.	Supuesto de no recepción formal.....	68
28.	CONFIDENCIALIDAD.....	68



N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

29.	FUERO.....	69
VIII.-	PRESCRIPCIONES TÉCNICAS	70
30.	OBJETO DEL SERVICIO.....	70
30.1.	Servicios objeto de contrato: Planificación de medios b2c.....	70
30.2.	Servicios objeto de contrato: Planificación de Social Media Paid.	72
30.3.	Servicios objeto de contrato: Planificación de publicidad nativa.	74
30.4.	Servicios objeto de contrato: Planificación de medios b2b.....	78
30.5.	Servicios objeto de contrato: Marketing ferial.....	81
30.6.	Libertad de Contratación.....	84
31.	CONDICIONES DEL SERVICIO.....	84
31.1.	Recursos Humanos y Materiales para la prestación del servicio.	84
31.1.1.	<i>Equipo Profesional.....</i>	<i>85</i>
31.1.1.1.	Equipo profesional principal.....	85
31.1.1.1.1	Equipo profesional principal para los Servicios de Planificación de Medios b2c.....	85
31.1.1.1.2	Equipo profesional principal para los Servicios de Planificación de Social Media Paid.....	86
31.1.1.1.3	Equipo profesional principal de los Servicios de Planificación de Publicidad Nativa.	88
31.1.1.1.4	Equipo profesional principal de los Servicio de Planificación de Medios b2b	90
31.1.1.1.5	Equipo profesional principal de los Servicios de Marketing Ferial.	91
31.1.1.2.	Equipo Profesional internacional.....	94
31.1.1.2.1	Equipo Internacional para los Servicios de Planificación de Medios.	94
31.1.1.2.2	Equipo Profesional Internacional para los Servicios de Planificación de Publicidad Nativa.	95
31.1.1.3.	Equipo de Proyectos Específicos.....	95
31.2.	Proveedores Externos.....	95
31.3.	Horarios para la prestación del servicio.....	96
31.4.	Lugar de prestación del servicio.....	96
32.	PRECIO DEL CONTRATO.....	96
32.1.1.	<i>Honorarios para el Equipo Profesional Principal para el servicio de Planificación de Publicidad Nativa.</i>	<i>96</i>
32.1.2.	<i>Precio por retribución del Equipo Profesional Internacional para los Servicios de Planificación de Publicida Nativa</i>	<i>96</i>
32.1.3.	<i>Precio por diseño de stands, exposiciones y otras construcciones efímeras.</i>	<i>96</i>
32.1.4.	<i>Precio por los servicios de realización integral</i>	<i>97</i>
32.1.5.	<i>Precio por realización de Proyectos Específicos de Marketing y Comunicación.</i>	<i>97</i>
32.1.6.	<i>Precio por Contratación de Proveedores.....</i>	<i>97</i>
32.1.6.1.	Comisión de Agencia.....	97
32.1.6.2.	Costes por Contratación Externa.....	97
32.1.6.3.	Descuentos, rappels, extratipos o cualquier otro tipo de remuneración.....	97
33.	PAGO DEL PRECIO POR LOS SERVICIOS OBJETO DE CONTRATO.....	98
33.1.	Pago de Honorarios del Equipo Profesional Principal para los servicios de Planificación de Publicidad Nativa.	98
33.2.	Pago del precio por la Realización de Proyectos Específicos.....	98
33.3.	Pago de precio por contratación de proveedores.....	98
33.3.1.	<i>Pago de la Comisión de Agencia.....</i>	<i>98</i>
33.3.2.	<i>Pago de Costes por Contratación Externa.</i>	<i>98</i>



N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

33.4.	Justificación de la ejecución del servicio.	99
34.	DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL Y OTROS DERECHOS.	99
34.1.	Propiedad Intelectual.	99
34.2.	Derechos de Imagen en los servicios prestados.	99
34.3.	Protección de datos.	100
Anexo I.a: Modelo relativo a los Criterios de Adjudicación Evaluables Automáticamente para el Lote 1. 101		
Anexo I.b: Modelo relativo a los Criterios de Adjudicación Evaluables Automáticamente para el Lote 2. 102		
Anexo I.c: Modelo relativo a los Criterios de Adjudicación Evaluables Automáticamente para el Lote 3. 103		
Anexo I.d: Modelo relativo a los Criterios de Adjudicación Evaluables Automáticamente para el Lote 4. 104		
Anexo I.e: Modelo relativo a los Criterios de Adjudicación Evaluables Automáticamente para el Lote 5. 105		
Anexo II: Solicitud de Participación 106		
Anexo III: Declaración Responsable del Licitador..... 107		
Anexo IV: Texto del Testimonio Judicial o certificación administrativa o Declaración Responsable a otorgar antes una autoridad administrativa, notario público u organismo profesional cualificado 108		
Anexo V: Modelo de solicitud y autorización de constitución de la garantía definitiva mediante retención de parte del precio del contrato. 110		



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

I.- CLÁUSULAS GENERALES

1. OBJETO DEL PROCEDIMIENTO¹.

El objeto del presente procedimiento es la prestación del servicio para **PROMOTUR TURISMO DE CANARIAS, S.A. (PROMOTUR)** consistente en la **planificación, contratación y gestión de servicios publicitarios y feriales para la difusión de campañas, acciones y contenidos de la marca turística Islas Canarias** y tiene por finalidad el desarrollo y ejecución de la estrategia de comunicación y marketing **business to consumer (b2c)** y **business to business (b2b)** formulada para la marca Islas Canarias en medios pagados y ganados.

El procedimiento de licitación **se fracciona en lotes**, constituyendo el objeto de cada lote una unidad funcional susceptible de realización independiente:

Lote 1: Servicio de planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios para la difusión de campañas, acciones y contenidos en medios *off-line* y *on-line*, excepto en redes sociales. (De ahora en adelante "**Planificación de medios b2c**").

Lote 2: Servicio de planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios para la difusión de campañas, acciones y contenidos en redes sociales y medios especiales on line como *on-line travel agencies*, buscadores especializados o análogos. (De ahora en adelante "**Planificación de Social Media Paid**").

Lote 3: Servicio de *brand journalism* y planificación, contratación y gestión de campañas y acciones de publicidad nativa para las marcas turísticas Islas Canarias y Turismo de Islas Canarias. (De ahora en adelante "**Planificación de publicidad nativa**").

Lote 4: Servicio de planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios para la difusión de campañas, acciones y contenidos de carácter profesional (b2b) y corporativo en medios *off-line* y *on-line*. (De ahora en adelante "**Planificación de medios b2b**").

Lote 5: Servicio de planificación, contratación y gestión de servicios de marketing ferial. (De ahora en adelante "**Marketing ferial**").

Dicho objeto corresponde al **Código de Vocabulario Común de los Contratos Públicos (CPV)** del Reglamento (CE) 2195/2002 del Parlamento Europeo y del Consejo de 5 de noviembre de 2002, siguiente:

- 79340000-9 (servicios de publicidad y marketing)

Todo ello, conforme a las presentes **cláusulas administrativas y prescripciones técnicas** que forman parte de la presente licitación.

¹ Arts. 22, 86 y 116 TRLCSP, 67 RG.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

2. DETERMINACIONES RELATIVAS AL ÓRGANO DE CONTRATACIÓN²

2.1. Órgano de Contratación.

El órgano de contratación, que actúa en nombre de **PROMOTUR TURISMO CANARIAS S.A.**, en adelante **PROMOTUR**, es el Consejo de Administración de la Sociedad Anónima, a través de su consejero delegado o apoderado, en su caso.

PROMOTUR tiene la consideración de poder adjudicador en los términos del art. 3.3 del Real Decreto Legislativo 3/2011, de 14 de noviembre, (en adelante **TRLCSP**).

2.2. Facultades del Órgano de Contratación.

El mencionado órgano tiene facultad para adjudicar la presente licitación y consecuente contrato y, en consecuencia, ostenta las prerrogativas de interpretar los presentes pliegos y el contrato, resolver las dudas que ofrezca su cumplimiento, modificarlo, acordar su resolución y determinar los efectos de ésta, con sujeción a la normativa aplicable. Los acuerdos que, a este respecto dicte, serán ejecutivos, sin perjuicio del derecho del contratista a su impugnación ante la Jurisdicción competente.

3. RÉGIMEN JURÍDICO Y JURISDICCIÓN.

3.1. Régimen Jurídico de aplicación.

Los contratos celebrados por **PROMOTUR** tienen la consideración de contratos privados, de acuerdo con lo previsto en el artículo 20.1 del **TRLCSP**.

La preparación y adjudicación de los contratos que celebre **PROMOTUR** se regirán por lo establecido para los poderes adjudicadores que no tengan carácter de Administración Pública en el **TRLCSP**, en sus artículos 137 y 190, así como, por sus disposiciones de desarrollo aplicándose con carácter supletorio las restantes normas de derecho administrativo o, en su caso, las normas de derecho privado.

En cuanto a sus efectos y extinción, los citados contratos se regirán por el derecho privado.

La modificación del contrato se regirá en todo caso por lo dispuesto en los arts. 105 y ss del **TRLCSP**.

Igualmente, los contratos se rigen por las **Instrucciones Internas de Contratación de PROMOTUR** y por el **TRLCSP** y demás normativa concordante relativa a la contratación del Sector Público.

La publicidad del perfil del contratante se garantiza mediante su incorporación a la página web de **PROMOTUR**.

² Arts. 51.1 y 316 **TRLCSP**, y 4 **RG**.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

3.2. Jurisdicción.

El orden jurisdiccional competente para resolver las cuestiones litigiosas relativas a la preparación y adjudicación de los contratos que celebre **PROMOTUR** será contencioso administrativo, en el caso de los contratos sujetos a regulación armonizada.

El orden jurisdiccional civil será el competente, para conocer en todo caso, las controversias que surjan entre las partes en relación con los efectos, cumplimiento y extinción de todos los contratos que celebre **PROMOTUR**.

4. CAPACIDAD PARA CONTRATAR³.

4.1. Capacidad para contratar.

Podrán contratar con **PROMOTUR** las personas naturales o jurídicas, españolas o extranjeras que, teniendo plena capacidad de obrar, no se hallen comprendidas en alguna de las circunstancias previstas en el artículo 60 del TRLCSP, extremo que se podrá acreditar por cualquiera de los medios establecidos en el artículo 73 del TRLCSP.

Las **empresas deberán ser personas físicas o jurídicas**, cuya finalidad o actividad tenga relación directa con el objeto del contrato, según resulte de sus respectivos estatutos o reglas fundacionales y dispongan de una organización con elementos personales y materiales suficientes para la debida ejecución del contrato.

Las **empresas no españolas de Estados miembros de la Unión Europea** deberán acreditar su capacidad de obrar mediante certificación de inscripción en uno de los registros profesionales o comerciales que se indican en el anexo I del Reglamento General de la LCAP.

Las **restantes empresas extranjeras** deberán acreditar su capacidad de obrar mediante informe expedido por la Misión Diplomática Permanente u Oficina Consular de España del lugar del domicilio de la empresa, en la que se haga constar, previa acreditación por la empresa, que figuran inscritas en el Registro local profesional, comercial o análogo o, en su defecto, que actúan con habitualidad en el tráfico local en el ámbito de las actividades a las que se extiende el objeto del contrato.

4.2. Clasificación de los Licitadores⁴.

Para ser adjudicatario del presente contrato **no es preciso estar en posesión de clasificación empresarial alguna**, sin perjuicio de acreditar la correspondiente solvencia económica, financiera, profesional y técnica, por los medios establecidos en la **cláusula 4.5** del presente pliego.

Sin perjuicio de lo anterior, la acreditación de la clasificación del empresario en un determinado grupo/subgrupo se tendrá por prueba bastante de su solvencia para la

³ Art. 54, 56, 57,58, 64 Y 72.3 TRLCSP y Arts. 9 y 10 RG.

⁴ Art 65.1 y 5, Disp. Transit. 4ª TRLCSP.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

presente licitación siempre que el objeto esté incluido en esta o se corresponda con el ámbito de actividades o trabajos de dicho grupo o subgrupo y cuyo importe anual medio sea igual o inferior al correspondiente a su categoría de clasificación en el grupo o subgrupo.

El grupo o subgrupo y categoría de clasificación en el que se considera incluido el contrato es:

Grupo T, Subgrupo 1, Categoría 5

A los efectos previstos en el párrafo anterior, los certificados de clasificación o documentos similares que hayan sido expedidos por estados miembros de la Unión Europea a favor de sus propios empresarios constituirán una presunción de aptitud en los términos reseñados en el artículo 84.1 de la TRLCSP.

No obstante, las empresas no españolas de Estados miembros de la Unión Europea no necesitarán disponer de dicha clasificación, debiendo acreditar su solvencia técnica, económica y financiera, por los medios establecidos en la **cláusula 4.5** del presente pliego, así como, acreditar que se encuentran habilitadas para realizar la prestación que constituye el objeto de contrato con arreglo a la legislación del estado de procedencia, en los términos establecidos en el artículo 58 del TRLCSP.

4.3. Condiciones especiales de compatibilidad⁵.

No podrán concurrir a la licitación aquellas empresas que hubieren participado en la elaboración de las especificaciones técnicas a que se refiere el presente 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.

4.4. Representación⁶.

Los que contraten con **PROMOTUR**, podrán hacerlo por sí o mediante la representación de personas debidamente facultadas para ello, que deberá acreditarse mediante la documentación establecida en la **cláusula 11.2.2.2**.

Los documentos acreditativos de la representación podrán ser calificados, en el seno de la Mesa de Contratación, por el Secretario que tenga la condición de jurista interviniente en ésta, consignándose en el acta la manifestación expresa respecto a si la documentación aportada es bastante para que el representante ejerza las facultades de licitar en relación con el expediente concreto.

4.5. Solvencia económica, financiera, profesional y técnica.

Además de los requisitos reseñados, los licitadores deberán acreditar su solvencia económica, financiera y técnica, mediante:

⁵ Art. 56.1 TRLCSP.

⁶ Art. 21 RG.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

(i) bien a través de la acreditación de una clasificación adecuada al objeto del contrato para las empresas españolas conforme a la **cláusula 4.2**, o bien, en caso de empresas no españolas de Estados miembros de la Unión Europea, a través de los medios de justificación que, al amparo de los artículos 62, 75 y 78 de la **TRLCS**P,

(ii) bien a través de los medios de justificación que, al amparo de los artículos 62, 75 y 78 de la **TRLCS**P, se reseñan a continuación:

4.5.1. Solvencia económica y financiera.

La solvencia económica y financiera del empresario podrá acreditarse por uno o varios de los medios siguientes, **siendo indispensable acreditar lo exigido en la letra a)**:

a)1. **Volumen anual de negocios** en el ámbito al que se refiere el contrato, por importe igual o superior a:

a.1.1) Respecto del **Lote 1: 3.750.000,00€**, coincidente con la **categoría** establecida en la **cláusula 4.2** en caso de clasificación de los licitadores, referido al año de mayor volumen de negocio de los **tres (3) últimos concluidos**,

a.1.2.) Respecto del **Lote 2: 3.750.000,00€**, coincidente con la **categoría** establecida en la **cláusula 4.2** en caso de clasificación de los licitadores, referido al año de mayor volumen de negocio de los **tres (3) últimos concluidos**,

a.1.3.) Respecto del **Lote 3: 3.750.000,00€** coincidente con la **categoría** establecida en la **cláusula 4.2** en caso de clasificación de los licitadores, referido al año de mayor volumen de negocio de los **tres (3) últimos concluidos**,

a.1.4.) Respecto del Lote 4: **2.250.000,00€**, coincidente con la **categoría** establecida en la **cláusula 4.2** en caso de clasificación de los licitadores, referido al año de mayor volumen de negocio de los **tres (3) últimos concluidos**,

a.1.5.) Respecto del Lote 5: **3.000.000,00€**, coincidente con la **categoría** establecida en la **cláusula 4.2** en caso de clasificación de los licitadores, referido al año de mayor volumen de negocio de los **tres (3) últimos concluidos**,

o

Justificante de la existencia de un **seguro de indemnización⁷ por riesgos profesionales** por importe no inferior al valor estimado de contrato para cada lote establecido en la **cláusula 8.1** vigente hasta el fin del plazo de presentación de ofertas, así como aportar el compromiso de renovación o prórroga que garantice el mantenimiento de su cobertura durante toda la ejecución del contrato.

⁷ Art. 11 del R.D. 1098/2001, de 12 de octubre.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

Este requisito se entenderá cumplido por el licitador que incluya en el **Anexo III: Declaración Responsable del Licitador**, un compromiso vinculante de suscripción, en caso de resultar adjudicatario, del seguro exigido, compromiso que deberá hacer efectivo dentro del plazo establecido en la **cláusula 13.1.1 y 13.1.2**.

La acreditación de este requisito se efectuará por medio de certificado expedido por el asegurador, en el que consten los importes y riesgos asegurados y la fecha de vencimiento del seguro, y mediante el documento de compromiso vinculante de suscripción, prórroga o renovación del seguro, en los casos en que proceda.

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

b) **Patrimonio neto**, o bien ratio entre activos y pasivos, al cierre del último ejercicio económico para el que esté vencida la obligación de aprobación de cuentas anuales por importe igual o superior al establecido en el **apartado a)**.

Si, por una razón justificada, el empresario no está en condiciones de presentar las referencias solicitadas, se le autorizará a acreditar su solvencia económica y financiera, por medio de cualquier otro documento que se considere apropiado por el órgano de contratación.

Tales medios de acreditación podrán ser sustituidos por los que consten en el certificado de inscripción en el certificado de inscripción en el **Registro de Contratistas de la Comunidad Autónoma de Canarias** que el licitador aporte, conforme a lo establecido en la **cláusula 11.2.3.4** o por la acreditación de una **clasificación suficiente**, conforme a lo establecido en la cláusula **11.2.3.1** del presente pliego.

A los efectos previstos en el párrafo anterior, los certificados de clasificación o documentos similares que hayan sido expedidos por Estados miembros de la Unión Europea a favor de sus propios empresarios constituirán una presunción de aptitud en los términos reseñados en el artículo 84 de la TRLCSP.

4.5.2. Solvencia técnica y profesional.

La solvencia técnica o profesional de los empresarios se apreciará teniendo en cuenta sus conocimientos técnicos, eficacia, experiencia y fiabilidad en la materia objeto de contratación y, dentro de ésta, en relación directa con el objeto del contrato.

Dichos empresarios deberán ser **centrales de medios, agencias de publicidad, agencias de brand content, agencias de comunicación, agencias de marketing digital, agencias de marketing ferial, empresas de organización de eventos, empresas de diseño y construcción de stands o empresas de servicios de**



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

marketing que se dediquen profesionalmente y de manera organizada, por cuenta de terceros, a la planificación, contratación y gestión de servicios publicitarios y/o feriales para la difusión de campañas, acciones y contenidos y/o a la prestación de servicios de *brand journalism*.

Esta solvencia técnica y/o profesional de los empresarios deberá acreditarse, según el objeto del contrato, por uno o varios de los medios siguientes, **siendo indispensable acreditar lo exigido en la letra a) sin perjuicio de lo que adicionalmente pueda exigirse en las prescripciones técnicas que rigen la presente licitación:**

a) Experiencia en la realización de servicios o trabajos del mismo tipo o naturaleza al que corresponde el objeto del contrato mediante, una relación de los realizados en los últimos **cinco (5) años**, incluyendo importe, fechas, destinatarios, público o privado.

Los servicios o trabajos efectuados se acreditarán mediante certificados expedidos o visados por el órgano competente, cuando el destinatario sea una entidad del sector público o, cuando el destinatario sea un sujeto privado, mediante un certificado expedido por éste o, a falta de este certificado, mediante una declaración del empresario; en su caso, estos certificados serán comunicados directamente al órgano de contratación por la autoridad competente.

Los servicios realizados, conforme a lo exigido anteriormente, será por el importe anual acumulado en el año de mayor ejecución sea igual o superior al 70% de la anualidad media del **valor estimado del contrato por lotes** establecido en la **cláusula 8.1**, que es el siguiente:

- a.1.) Respecto del **lote 1**, el importe de la anualidad media es de **2.500.000,00€**.
- a.2.) Respecto del **lote 2**, el importe de la anualidad media es de **2.500.000,00€**.
- a.3.) Respecto del **lote 3**, el importe de la anualidad media es de **2.500.000,00€**.
- a.4.) Respecto del **lote 4**, el importe de la anualidad media es de **1.500.000,00€**.
- a.5.) Respecto del **lote 5**, el importe de la anualidad media es de **2.000.000,00€**.

b) Indicación del personal técnico o de las unidades técnicas, integradas o no en la empresa, participantes en el contrato, especialmente aquéllos encargados del control de calidad.

c) Descripción de las instalaciones técnicas, de las medidas empleadas por el empresario para garantizar la calidad y de los medios de estudio e investigación de la empresa.

d) Cuando se trate de servicios o trabajos complejos o cuando, excepcionalmente, deban responder a un fin especial, un control efectuado por



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

el órgano de contratación o, en nombre de éste, por un organismo oficial u homologado competente del Estado en que esté establecido el empresario, siempre que medie acuerdo de dicho organismo. El control versará sobre la capacidad técnica del empresario y, si fuese necesario, sobre los medios de estudio y de investigación de que disponga y sobre las medidas de control de la calidad.

e) Copia de las titulaciones académicas y acreditaciones profesionales del empresario y del personal directivo de la empresa y, en particular, del personal responsable de la ejecución del contrato.

f) En los casos adecuados, indicación de las medidas de gestión medioambiental que el empresario podrá aplicar al ejecutar el contrato.

g) Declaración sobre la plantilla media anual de la empresa y la importancia de su personal directivo durante los tres últimos años, acompañada de la documentación justificativa correspondiente.

h) Declaración indicando la maquinaria, material y equipo técnico del que se dispondrá para la ejecución de los trabajos o prestaciones, a la que se adjuntará la documentación acreditativa pertinente.

Al margen de acreditar su solvencia técnica y/o profesional por los medios antes indicados, los licitadores deberán asumir el **compromiso de adscribir a la ejecución del contrato los medios personales y materiales suficientes** para llevarla a cabo adecuadamente.

Tales medios de acreditación podrán ser sustituidos por los que consten en el certificado de inscripción en el **Registro de Contratistas de la Comunidad Autónoma de Canarias** que el licitador aporte, conforme a lo establecido en la **cláusula 11.2.3.4**, o por la acreditación de una **clasificación suficiente**, conforme a lo establecido en la **cláusula 11.2.3.1** del presente pliego.

A los efectos previstos en el párrafo anterior, los certificados de clasificación o documentos similares que hayan sido expedidos por Estados miembros de la Unión Europea a favor de sus propios empresarios constituirán una presunción de aptitud en los términos reseñados en el artículo 84 de la TRLCSP.

5. PRESUPUESTO DE LICITACIÓN⁸.

5.1. Presupuesto de gasto máximo o indicativo para la duración del contrato.

El presupuesto de gasto máximo o indicativo de la presente licitación, sin incluir el I.G.I.C. o tributación indirecta que fuera de aplicación, asciende a la cantidad de **CUARENTA Y CUATRO MILLONES DE EUROS (44.000.000,00€)**.

⁸ Arts. 88 y 302 TRLCSP.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

El presupuesto antes indicado es máximo, así como, el importe de adjudicación resultante, por lo que la cantidad final destinada a sufragar las prestaciones objeto de contrato estará condicionada a las distintas prestaciones realizadas derivadas de las necesidades reales de **PROMOTUR**, sin que ésta quede obligada a agotar el citado presupuesto y/o importe de adjudicación resultante.

Además, por tratarse de un importe meramente indicativo, las necesidades reales podrán determinar un incremento del mismo. En este caso, deberá tramitarse la correspondiente **modificación** del contrato, con las condiciones establecidas en la **cláusula 22** del presente pliego.

5.1.1. Presupuesto de gasto máximo o indicativo por lotes.

Dicho presupuesto se divide en atención a los diferentes lotes que componen el objeto del contrato de la siguiente manera:

- **Lote 1: diez millones de euros (10.000.000,00 €)**
- **Lote 2: diez millones de euros (10.000.000,00 €)**
- **Lote 3: diez millones de euros (10.000.000,00 €)**
- **Lote 4: seis millones de euros (6.000.000,00 €)**
- **Lote 5: ocho millones de euros (8.000.000,00 €)**

Estos presupuestos tendrán la misma naturaleza de **máximo** que el presupuesto de máximo de la presente licitación, conforme a lo expresado en la **cláusula 5.1**.

Dichos presupuestos son los que se deberán tener en consideración, en cada lote correspondiente, a los efectos de la presentación de la proposición conforme a la **cláusula 11.4** y a los modelos que se adjuntan al presente pliego como:

- **Anexo I.a: Modelo relativo a los Criterios de Adjudicación Evaluables Automáticamente.**
- **Anexo I.b: Modelo relativo a los Criterios de Adjudicación Evaluables Automáticamente para el Lote 2.**
- **Anexo I.c: Modelo relativo a los Criterios de Adjudicación Evaluables Automáticamente para el Lote 3.**
- **Anexo I.d: Modelo relativo a los Criterios de Adjudicación Evaluables Automáticamente para el Lote 4.**
- **Anexo I.e: Modelo relativo a los Criterios de Adjudicación Evaluables Automáticamente para el Lote 5.**

5.2. Financiación Comunitaria.

El presupuesto de licitación y el importe de adjudicación resultante será cofinanciada en un 85% (o importe equivalente que se designe durante la duración del contrato) por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (**FEDER**).



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

En consecuencia, la contratación deberá supeditarse a las disposiciones del Tratado y a los actos fijados en virtud del mismo, y será coherente con las actividades, políticas y prioridades comunitarias en pro de un desarrollo sostenible y mejora del medio ambiente, debiendo promover el crecimiento, la competitividad, el empleo y la inclusión social, así como la igualdad entre hombres y mujeres, todo ello de conformidad con lo dispuesto en el Reglamento (UE) nº 1303/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo de 17 de diciembre de 2013.

La ejecución del contrato por parte del contratista quedará sujeta a las disposiciones en materia de información y publicidad, de conformidad con lo establecido en el artículo 115 y anexo XII del Reglamento (UE) Nº 1303/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo de 17 de diciembre de 2013, así como a las directrices recogidas en la guía de información y comunicación de las intervenciones cofinanciadas por los **Programas Operativos FEDER y FSE de Canarias 2014-2020**, en la siguiente url: http://www.gobiernodecanarias.org/cmsgobcan/export/sites/hacienda/dgplani/galeria/20160809_Guia-lyP_Canarias-FEDER-y-FSE_V19.pdf y, especialmente, con inserción de los logos correspondientes en todos los servicios objeto de contrato.

5.3. Existencia de crédito presupuestario⁹

Existe el crédito presupuestario preciso para atender a las obligaciones económicas que se deriven de la contratación, ajustándose, en todo caso, el gasto previsto como máximo o estimativo a la existencia de tal crédito presupuestario durante los periodos de duración del contrato.

Este importe se establece como límite máximo, conforme a las necesidades de **PROMOTUR**, pudiendo ser inferior si las necesidades del servicio así lo determinasen.

La inexistencia sobrevenida de crédito será causa de resolución del contrato sin derecho de indemnización para el contratista conforme a la **cláusula 25.1**.

6. REVISIÓN DE PRECIOS¹⁰

En la presente contratación no habrá revisión de precios.

7. DURACIÓN DEL CONTRATO, PLAZO DE EJECUCIÓN Y PRÓRROGAS¹¹

La duración del contrato será desde la fecha de su formalización hasta la finalización del importe máximo de adjudicación y/o, en todo caso, en el **plazo máximo de cuatro (4) años**.

De conformidad con lo establecido en el artículo 303 del TRLCSP, las partes de común acuerdo, podrán acordar antes de la finalización del plazo de duración establecido, la

⁹ Art. 26.1.K TRLCSP y 67.2.D RG.

¹⁰ Art. 89 y ss. TRLCSP.

¹¹ Arts. 23, 213 y 303 TRLCSP.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

prórroga del contrato, que deberá ser, en todo caso, de forma expresa sin que en ningún caso pueda entenderse prorrogado el contrato tácitamente.

La prórroga podrá ser, como máximo, de **dos (2) años**, pudiendo pactarse plazos inferiores y sucesivos hasta el máximo establecido.

II.- ADJUDICACIÓN DEL CONTRATO

8. PROCEDIMIENTO DE ADJUDICACIÓN¹²

8.1. Tipo de Procedimiento y su cuantía¹³.

A efectos de determinar la publicidad, el procedimiento de adjudicación, las posibles prórrogas y modificaciones posteriores del contrato, el valor estimado de la contratación a realizar, incluidas las posibles prórrogas y modificaciones del contrato y sin incluir el I.G.I.C. o la tributación indirecta que fuera de aplicación, que deberá soportar **PROMOTUR**, es:

- Para el **Lote 1**:

a) **Diez millones de euros** (10.000.000,00€), conforme a lo establecido en la **cláusula 5.1.1.**

b) **Cinco millones de euros** (5.000.000,00€)¹⁴, para lo establecido en la **cláusula 7** y/o para lo establecido en la **cláusula 22.**

Valor estimado de contrato para el lote 1: Quince millones de euros (15.000.000,00€),

- Para el **Lote 2**:

a) **Diez millones de euros** (10.000.000,00€), conforme a lo establecido en la **cláusula 5.1.1.**

b) **Cinco millones de euros** (5.000.000,00€)¹⁵, para lo establecido en la **cláusula 7** y/o para lo establecido en la **cláusula 22.**

Valor estimado de contrato para el lote 2: Quince millones de euros (15.000.000,00€),

- Para el **Lote 3**:

a) **Diez millones de euros** (10.000.000,00€), conforme a lo establecido en la **cláusula 5.1.1.**

¹² Arts. 109.4, 150, 157 y 160 TRLCSP.

¹³ Arts. 88 TRLCSP.

¹⁴ Este importe, podrá ser aplicado a las posibles prórrogas y/o modificaciones de contrato indistintamente o de manera acumulada.

¹⁵ Este importe, podrá ser aplicado a las posibles prórrogas y/o modificaciones de contrato indistintamente o de manera acumulada.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

b) **Cinco millones de euros** (5.000.000,00€)¹⁶, para lo establecido en la **cláusula 7** y/o para lo establecido en la **cláusula 22**.

Valor estimado lote 3: **Quince millones de euros** (15.000.000,00€),

- Para el **Lote 4**:

a) **Seis millones de euros** (6.000.000,00€), conforme a lo establecido en la **cláusula 5.1.1**.

b) **Tres millones de euros** (3.000.000,00€)¹⁷, para lo establecido en la **cláusula 7** y/o para lo establecido en la **cláusula 22**.

c) Valor estimado lote 4: **Nueve millones de euros** (9.000.000,00€),

- Para el **Lote 5**:

a) **Ocho millones de euros** (8.000.000,00€), conforme a lo establecido en la **cláusula 5.1.1**.

b) **Cuatro millones de euros** (4.000.000,00€)¹⁸, para lo establecido en la **cláusula 7** y/o para lo establecido en la **cláusula 22**.

Valor estimado de contrato para el Lote 5: Doce millones de euros (12.000.000,00€),

**TOTAL VALOR ESTIMADO DE CONTRATO:
SESENTA Y SEIS MILLONES DE EUROS (66.000.000,00€)**

Por todo ello, la adjudicación del contrato se realizará mediante **procedimiento abierto armonizado**, de conformidad con lo establecido en la **cláusula 3.1**, artículo 157 y siguientes y 190 de la TRLCSP.

8.2. Criterios de adjudicación por Lotes.

La adjudicación se realizará entre las ofertas recibidas con arreglo a los criterios y baremos en atención a los lotes en los que se divide la presente licitación y conforme a lo establecido a continuación.

8.2.1. Criterios de Adjudicación para el Lote 1.

¹⁶ Este importe, podrá ser aplicado a las posibles prórrogas y/o modificaciones de contrato indistintamente o de manera acumulada.

¹⁷ Este importe, podrá ser aplicado a las posibles prórrogas y/o modificaciones de contrato indistintamente o de manera acumulada.

¹⁸ Este importe, podrá ser aplicado a las posibles prórrogas y/o modificaciones de contrato indistintamente o de manera acumulada.



N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

LOTE 1	
Servicio de planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios para la difusión de campañas, acciones y contenidos en medios off-line y on-line, excepto en redes sociales	
Criterios de adjudicación	Puntuación máxima
(Criterios de adjudicación no evaluables automáticamente)	
60	
a) Adhesión a Sistemas éticos o de responsabilidad social en materia publicitaria.	2
b) Disposición de sistemas de gestión medioambiental certificados.	2
c) Disposición de medidas para la promoción de la igualdad entre mujeres y hombres.	2
d) Propuesta de servicios de carácter innovador.	4
e) Propuesta de sistema de planificación, ejecución y coordinación.	5
f) Propuesta de equipo profesional.	5
g) Propuesta de enfoque en medios pagados para la marca turística Islas Canarias (excepto redes sociales y buscadores).	20
h) Propuesta creativa para la realización de una acción especial en medios para el mercado español de la plataforma de comunicación `Vuelve a Brillar` perteneciente a la marca turística Islas Canarias.	20
(Criterios de adjudicación evaluables automáticamente)	
40	
i) Valoración económica de la comisión de agencia sobre la contratación de medios, soportes y espacios publicitarios <i>on-line</i> (excepto compra programática).	12
j) Valoración económica de la comisión de agencia sobre la contratación de espacios publicitarios mediante compra programática.	12
k) Valoración económica de la comisión de agencia sobre la contratación de medios, soportes y espacios publicitarios off-line.	16
TOTAL	100

8.2.2. Criterios de Adjudicación para el Lote 2.

LOTE 2	
Servicio de planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios para la difusión de campañas, acciones y contenidos en redes sociales y medios especiales on line como <i>on-line travel agencies</i> , buscadores especializados o análogos	
Criterios de Adjudicación	Puntuación Máxima
(Criterios de adjudicación no evaluables automáticamente)	
60	
a) Adhesión a Sistemas éticos o de responsabilidad social en materia publicitaria.	2
b) Disposición de sistemas de gestión medioambiental certificados.	2
c) Disposición de medidas para la promoción de la igualdad entre mujeres y hombres.	2
d) Propuesta de servicios de carácter innovador.	4



N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

LOTE 2	
Servicio de planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios para la difusión de campañas, acciones y contenidos en redes sociales y medios especiales on line como <i>on-line travel agencies</i> , buscadores especializados o análogos	
Criterios de Adjudicación	Puntuación Máxima
e) Propuesta de sistema de planificación, ejecución y coordinación.	5
f) Propuesta de equipo profesional.	5
g) Propuesta de enfoque en <i>social media paid</i> para la marca turística Islas Canarias.	20
h) Propuesta creativa para la realización de una acción especial en <i>Facebook</i> dirigida a los amantes de la naturaleza para el mercado británico.	20
<i>(Criterios de adjudicación evaluables automáticamente)</i>	40
i) Valoración económica de la comisión de agencia sobre la contratación de campañas o acciones de comunicación en redes sociales.	20
j) Valoración económica de la comisión de agencia sobre la contratación de campañas o acciones de comunicación en medios especiales on-line como <i>on-line travel agencies</i> , buscadores especializados y otros análogos.	20
TOTAL	100

8.2.3. Criterios de adjudicación para el Lote 3

LOTE 3	
Servicio de brand journalism y planificación, contratación y gestión de campañas y acciones de publicidad nativa para las marcas turísticas Islas Canarias y Turismo de Islas Canarias	
Criterios de Adjudicación	Puntuación Máxima
<i>(Criterios de Adjudicación no evaluables automáticamente)</i>	60
a) Adhesión a Sistemas éticos o de responsabilidad social en materia publicitaria.	2
b) Disposición de sistemas de gestión medioambiental certificados.	2
c) Disposición de medidas para la promoción de la igualdad entre mujeres y hombres.	2
d) Propuesta de servicios de carácter innovador.	4
e) Propuesta de sistema de planificación, ejecución y coordinación.	5
f) Propuesta de equipo profesional.	5
g) Propuesta de servicio de seguimiento de medios.	10
h) Propuesta de plan de acción .	15
i) Propuesta creativa para una acción de publicidad nativa en el mercado alemán dirigida al segmento `sibaritas modernos´.	15
<i>(Criterios de adjudicación evaluables automáticamente)</i>	40



N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

LOTE 3	
Servicio de brand journalism y planificación, contratación y gestión de campañas y acciones de publicidad nativa para las marcas turísticas Islas Canarias y Turismo de Islas Canarias	
Criterios de Adjudicación	Puntuación Máxima
j) Valoración económica de la comisión de agencia sobre los costes por contratación externa, incluidos medios.	10
k) Dedicación equipo principal.	30
TOTAL	100

8.2.4. Criterios de Adjudicación para el Lote 4

LOTE 4	
Servicio de planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios para la difusión de campañas, acciones y contenidos de carácter profesional (b2b) y corporativo en medios off-line y on-line	
Criterios de adjudicación	Puntuación máxima
<i>(Criterios de adjudicación no evaluables automáticamente)</i>	60
a) Adhesión a Sistemas éticos o de responsabilidad social en materia publicitaria.	2
b) Disposición de sistemas de gestión medioambiental certificados.	2
c) Disposición de medidas para la promoción de la igualdad entre mujeres y hombres.	2
d) Propuesta de servicios de carácter innovador.	4
e) Propuesta de sistema de planificación, ejecución y coordinación.	5
f) Propuesta de equipo profesional.	5
g) Propuesta de enfoque en medios pagados para la marca turística Islas Canarias en el ámbito b2b.	20
h) Propuesta creativa para la realización de una acción especial en medios pagados para el mercado profesional español.	20
<i>(Criterios de adjudicación evaluables automáticamente)</i>	40
i) Valoración económica de la comisión de agencia sobre la contratación de medios, soportes y espacios publicitarios on-line .	20
j) Valoración económica de la comisión de agencia sobre la contratación de medios, soportes y espacios publicitarios off-line.	20
TOTAL	100



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

8.2.5. Criterios de Adjudicación para el Lote 5.

LOTE 5	
Servicio de planificación, contratación y gestión de servicios de marketing ferial.	
Criterios de Adjudicación	Puntuación máxima
<i>(Criterios de adjudicación no evaluables automáticamente)</i>	
	60
a) Adhesión a Sistemas éticos o de responsabilidad social en materia publicitaria.	2
b) Disposición de sistemas de gestión medioambiental certificados.	2
c) Disposición de medidas para la promoción de la igualdad entre mujeres y hombres.	2
d) Propuesta de servicios de carácter innovador.	4
e) Propuesta de sistema de planificación, ejecución y coordinación.	5
f) Propuesta de equipo profesional.	5
g) Proyecto de diseño para la construcción del stand de PROMOTUR en la edición 2018 de WTM.	40
<i>(Criterios de adjudicación evaluables automáticamente)</i>	
	40
h) Valoración económica de la comisión de agencia sobre la contratación de proveedores externos.	30
i) Valoración económica del precio de diseño de stands.	10
TOTAL	100

En todo caso, la no presentación, la presentación incompleta, inexacta, insuficiente- cuando no se hubiera subsanado- o falseada de la documentación y/o información solicitada para la evaluación de un criterio de adjudicación por parte del licitador será motivo para que su propuesta, en el criterio correspondiente, no sea tenida en cuenta a los efectos de valoración.

Del mismo modo, la presentación de proposiciones supone la aceptación incondicional del presente pliego. Así pues, cualquier **salvedad o condiciones** que se introduzca en la misma, se tendrá por no puesta a los efectos de la valoración de la proposición.

8.2.6. Criterios de adjudicación no evaluables automáticamente comunes al Lote 1, Lote 2, Lote 3, Lote 4 y Lote 5.

8.2.6.1. **Criterio a) Adhesión a sistemas éticos o de responsabilidad social en materia publicitaria.**

Se valorará la adhesión o pertenencia a sistemas éticos o de autoregulación, autocontrol o responsabilidad social en materia publicitaria tales como adhesión a la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial o a otra entidad análoga reconocida por la EASA (Alianza Europea de Normativas Publicitaria).



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

Se valorará este criterio con un máximo de **2 puntos**.

8.2.6.2. Criterio b) Disposición de sistemas de gestión medioambiental certificados.

Se valorará la disposición de sistemas de gestión medioambiental certificados para los servicios y/o actividad objeto de contrato (EMAS, ISO 14001 o equivalente); o disponer de procedimientos o políticas de gestión medioambiental.

Se valorará este criterio con un máximo de **2 puntos**.

8.2.6.3. Criterio c) Disposición de medidas para la promoción de la igualdad entre mujeres y hombres.

Se valorará la adopción de medidas para la promoción de la igualdad entre mujeres y hombres mediante la acreditación de la obtención de una marca de excelencia de igualdad o de la disposición de un Plan de Igualdad o instrumento análogo tendente a alcanzar en la empresa la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres y a eliminar la discriminación por razón de sexo.

Se valorará este criterio con un máximo de **2 puntos**.

8.2.6.4. Criterio d) Propuesta de servicios de carácter innovador.

Para la valoración de este criterio, los licitadores deberán elaborar una propuesta específica de servicios de carácter innovador vinculados al objeto del contrato. Entendemos por servicios innovadores todos aquellos que permitan a **PROMOTUR** desarrollar nuevas o mejoradas actuaciones de marketing turístico. Se valorará especialmente el carácter innovador derivado del conocimiento del cliente, de la incorporación de la tecnología y la digitalización (martech) a la actividad de marketing, de la mejora en la medición y evaluación del impacto de la inversión y promoción y, en general, en la mejora de la eficiencia.

Para la elaboración de esta propuesta, los licitadores deberán atenerse a los documentos recogidos en la **Documentación Aclaratoria** y señalados en la **cláusula 10.3** de este pliego, cuya consulta resulta imprescindible para su correcta elaboración.

PROMOTUR no estará obligado a desarrollar ni ejecutar la propuesta del licitador adjudicatario.

La propuesta deberá presentarse en documento no superior a las **diez (10) páginas** en formato **A4** y podrá acompañarse de vídeos y otros elementos de apoyo.

Se valorará este criterio con un máximo de **4 puntos**.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

8.2.6.5. Criterio e) Propuesta de sistema de planificación, ejecución y coordinación.

Los licitadores deberán elaborar una Propuesta de Sistema de Planificación, Ejecución y Coordinación de los objetos específicos del lote correspondiente establecidos en la **cláusula 30** del presente Pliego con el fin de garantizar, en caso de resultar adjudicatarios, un eficiente cumplimiento del mismo.

El sistema propuesto deberá aportar flexibilidad, simplicidad y rapidez a los distintos procesos operativos de planificación, ejecución y coordinación derivados del cumplimiento del contrato, incluyendo la gestión de las relaciones entre **PROMOTUR** y la agencia adjudicataria durante el mismo y la atención a la coordinación de las múltiples actuaciones a desarrollar en función de los diferentes targets objetivo, mercado meta y objetivos de comunicación, marketing y de negocio.

Para ello, los licitadores tendrán que incluir en su Propuesta las metodologías a desarrollar, las herramientas a utilizar y un posible calendario de reuniones de coordinación y seguimiento y de entrega de informes de evaluación y cumplimiento, así como establecer la disponibilidad de los miembros del equipo profesional principal, y especialmente del Director de Cuenta, para la celebración de entrevistas personales a solicitud de **PROMOTUR** con el mismo fin.

Se valorará la calidad, flexibilidad y simplicidad del sistema propuesto, las metodologías y herramientas en él incluidas, que deberán ser de fácil implementación y utilización, y, especialmente, el nivel de adecuación del sistema a los objetos específicos del contrato y la propia propuesta del licitador.

Para la elaboración de esta propuesta, los licitadores deberán atenerse a los documentos recogidos en la **Documentación Aclaratoria** y señalados en la **cláusula 10.3** de este pliego, cuya consulta resulta imprescindible para su correcta elaboración.

PROMOTUR no estará obligado a desarrollar ni ejecutar la propuesta del licitador adjudicatario.

La propuesta deberá presentarse en documento no superior a las **veinte (20) páginas** en formato **A4**.

Se valorará este criterio con un máximo de **5 puntos**.

8.2.6.6. En referencia al Criterio f) Propuesta de equipo profesional.

Se deberá elaborar una propuesta de **equipo profesional** para la prestación de los servicios conforme a lo establecido en la **cláusula 31.1.1**, valorándose la capacidad y el conocimiento de sus miembros para el cumplimiento del objeto del contrato, así como, la cantidad y la diversidad funcional de sus integrantes, el alcance geográfico del equipo internacional y, en general, su nivel de adecuación al objeto del servicio.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

En todo caso, el equipo profesional propuesto deberá acreditar un conocimiento profundo de la oferta turística canaria, de la gestión de marcas b2c de ámbito multinacional, de las nuevas tendencias del marketing turístico internacional y del mercado turístico en general.

La propuesta de equipo profesional deberá incluir currículum vitae (CV) de cada uno de los miembros y especificación clara de aquellos miembros que formarán parte del **equipo profesional principal**, del **equipo internacional**, en su caso, y del **equipo de proyectos específicos** y las funciones que desempeñarán.

Para el caso de los miembros no incluidos en el **equipo profesional principal**, se indicará su integración en el **equipo de proyectos específicos** de la **cláusula 31.1.1.3**.

Se valorará este criterio con un máximo de **5 puntos**.

8.2.7. Criterios de Adjudicación no evaluables automáticamente: Lote1.

8.2.7.1. Criterio g) Propuesta de enfoque en medios pagados para la marca turística Islas Canarias, excepto en redes sociales y buscadores.

Para la valoración de este criterio, los licitadores deberán elaborar un documento que desarrolle una propuesta global de enfoque en medios pagados para la marca turística Islas Canarias.

El documento debe definir las líneas de acción estratégicas recomendadas por el licitador para medios off y on-line (con preferencia de estos últimos) con la excepción de buscadores, redes sociales y publicidad nativa. El documento deberá incluir una referencia específica a la utilización de la compra programática y una relación de indicadores, sin cuantificación de sus objetivos, a emplear para medir la eficiencia de las líneas estratégicas previstas.

Se valorará la consistencia estratégica del enfoque propuesto, su alineación con la estrategia de la marca Islas Canarias, la creatividad de sus planteamientos, su orientación a la eficiencia de la inversión y su nivel de adecuación a los requisitos del presente pliego.

En todo caso, la propuesta deberá incluir información suficiente para valorar la capacidad del licitador para aportar a **PROMOTUR** un modelo de desarrollo y enriquecimiento de su actual estrategia a través de los medios pagados que aporte valor diferenciador a la marca turística Islas Canarias.

Para la elaboración de esta propuesta, los licitadores deberán atenerse a los documentos recogidos en la **Documentación Aclaratoria** y señalados en la **cláusula 10.3** de este pliego, cuya consulta resulta imprescindible para su correcta elaboración.

PROMOTUR no estará obligado a desarrollar la propuesta de la agencia adjudicataria.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

La propuesta deberá presentarse en documento no superior a las treinta (**30**) páginas en formato **A4** y podrá acompañarse de vídeos y otros elementos de apoyo.

Se valorará este criterio con un máximo de **20 puntos**.

8.2.7.2. Criterio h) Propuesta creativa para la realización de una acción especial en medios para el mercado español de la plataforma de comunicación 'Vuelve a Brillar' perteneciente a la marca turística Islas Canarias.

Para la valoración de este criterio, los licitadores deberán elaborar un documento que desarrolle una propuesta creativa para la realización de una acción especial en medios para el mercado español a integrar en la plataforma Vuelve a Brillar.

Se valorará la creatividad y potencial comunicacional de la acción propuesta, la adecuación al mercado y público objetivo y su alineación con la estrategia de la marca turística Islas Canarias.

Para la elaboración de esta propuesta, los licitadores deberán atenerse a los documentos recogidos en la **Documentación Aclaratoria** y señalados en la **cláusula 10.3** de este pliego, cuya consulta resulta imprescindible para su correcta elaboración.

PROMOTUR no estará obligado a desarrollar la propuesta de la agencia adjudicataria.

La propuesta deberá presentarse en documento no superior a las veinticinco (**25**) páginas en formato **A4** y podrá acompañarse de vídeos y otros elementos de apoyo.

Se valorará este criterio con un máximo de **20 puntos**.

8.2.8. Criterios de adjudicación no evaluables automáticamente: Lote 2.

8.2.8.1. Criterio g) Propuesta de enfoque en social media paid para la marca turística Islas Canarias.

Para la valoración de este criterio, los licitadores deberán elaborar un documento que desarrolle una propuesta global de enfoque en *social media paid* para la marca turística Islas Canarias.

El documento debe definir las líneas de acción estratégicas recomendadas por el licitador para redes sociales. El documento deberá incluir una relación de indicadores, sin cuantificación de los objetivos, a emplear para medir la eficiencia de las líneas estratégicas previstas.

Se valorará la consistencia estratégica del enfoque propuesto, su alineación con la estrategia de la marca Islas Canarias, la creatividad de sus planteamientos, su orientación a la eficiencia de la inversión y su nivel de adecuación a los requisitos del presente pliego.

En todo caso, la propuesta deberá incluir información suficiente para valorar la capacidad del licitador para aportar a **PROMOTUR** un modelo de desarrollo y



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

enriquecimiento de su actual estrategia a través de *social media paid* que aporte valor diferenciador a la marca turística Islas Canarias.

Para la elaboración de esta propuesta, los licitadores deberán atenerse a los documentos recogidos en la **Documentación Aclaratoria** y señalados en la **cláusula 10.3** de este pliego, cuya consulta resulta imprescindible para su correcta elaboración.

PROMOTUR no estará obligado a desarrollar la propuesta de la agencia adjudicataria.

La propuesta deberá presentarse en documento no superior a las treinta (**30**) páginas en formato **A4** y podrá acompañarse de vídeos y otros elementos de apoyo.

Se valorará este criterio con un máximo de **20 puntos**.

8.2.8.2. Criterio h) Propuesta creativa para la realización de una acción especial en Facebook dirigida a los amantes de la naturaleza para el mercado británico.

Para la valoración de este criterio, los licitadores deberán elaborar un documento que desarrolle una propuesta creativa para la realización de una acción especial en medios para el mercado español.

Se valorará la creatividad y potencial comunicacional de la acción propuesta, la adecuación al mercado y público objetivo y su alineación con la estrategia de la marca turística Islas Canarias.

Para la elaboración de esta propuesta, los licitadores deberán atenerse a los documentos recogidos en la **Documentación Aclaratoria** y señalados en la **cláusula 10.3** de este pliego, cuya consulta resulta imprescindible para su correcta elaboración.

PROMOTUR no estará obligado a desarrollar la propuesta de la agencia adjudicataria.

La propuesta deberá presentarse en documento no superior a las veinticinco (**25**) páginas en formato **A4** y podrá acompañarse de vídeos y otros elementos de apoyo.

Se valorará este criterio con un máximo de **20 puntos**.

8.2.9. Criterios de adjudicación no evaluables automáticamente: Lote 3.

8.2.9.1. Criterio g) Propuesta de servicio de Seguimiento de Medios.

Para la valoración de este criterio, los licitadores deberán elaborar un documento que desarrolle una propuesta concreta de seguimiento de medios acerca de la repercusión de la marca turística Islas Canarias al menos en sus distintos mercados/países clave.

En el mismo documento deberán incluir, como capítulo adicional, una propuesta específica para escenarios, potenciales o efectivos, de crisis de reputación para la marca Islas Canarias identificadas directamente por **PROMOTUR** o por parte del adjudicatario a partir del propio servicio de seguimiento de medios. El servicio también



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

deberá incluir la elaboración de informes y recopilaciones periódicos y puntuales y un sistema de alertas adecuado.

Se valorará la calidad de la propuesta, la tipología de medios incluidos (on-line, print, televisión, etc.), el número de países e idiomas incluidos en el seguimiento, la periodicidad y horario de entrega y/o actualización de la información obtenida, la facilidad de acceso a la información por parte del equipo directivo de **PROMOTUR**, el análisis incorporado, especialmente cuando se trate de idiomas distintos del español e inglés, la calidad de las herramientas y aplicaciones utilizadas y la calidad de los filtros y condiciones aplicados para que el correcto acotamiento del servicio al ámbito de la marca turística Islas Canarias.

En el caso concreto de gestión de crisis, se valorará especialmente la capacidad y rapidez de respuesta y seguimiento.

En todo caso, la propuesta deberá incluir información suficiente para valorar la capacidad del licitador para realizar correctamente el servicio de seguimiento de medios.

Para la elaboración de esta propuesta, los licitadores deberán atenerse a los documentos recogidos en la **Documentación Aclaratoria** y señalados en la **cláusula 10.3** de este pliego, cuya consulta resulta imprescindible para su correcta elaboración.

PROMOTUR no estará obligado a desarrollar ni ejecutar la propuesta del licitador adjudicatario.

La propuesta deberá presentarse en documento no superior a las **diez (10) páginas** en formato **A4** y podrá acompañarse de vídeos y otros elementos de apoyo.

Se valorará este criterio con un máximo de **10 puntos**.

8.2.9.2. Criterio h) Propuesta de plan de acción.

Los licitadores deberán elaborar una propuesta de plan de acción de *brand journalism*, en medios propios y ganados, y publicidad nativa, en medios pagados, para la marca turística Islas Canarias. Este plan debe recoger una aproximación a las campañas, acciones y contenidos cuya ejecución, a juicio del licitador, resulte de especial interés para **PROMOTUR** y sea ejecutable por su parte dentro del objeto del contrato y en el plazo de 12 meses mencionado. Las acciones incluidas en el plan no deben estar vinculadas a la generación de campañas y acciones distintas de las propias de la actividad de *brand journalism* y publicidad nativa. El plan de acción debe ajustarse a una previsión de inversión máxima en equipo internacional y medios pagados de **dos millones de euros (2.000.000,00€)**, si bien no se requiere un detalle presupuestario exhaustivo.

La propuesta debe ajustarse a la actual estrategia de la marca turística Islas Canarias descrita en la **Documentación Aclaratoria**, y señalada en la **cláusula 10.3** de este pliego, cuya consulta resulta imprescindible para su correcta elaboración, aunque es



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

posible incorporar al plan nuevos enfoques innovadores para la mejora de la citada estrategia.

En todo caso, la propuesta deberá incluir información suficiente para valorar la capacidad del licitador para aportar a **PROMOTUR** un modelo de desarrollo y enriquecimiento de su actual estrategia de *brand journalism* y publicidad nativa que aporte valor diferenciador a la marca turística Islas, y en especial, para valorar su capacidad de interlocución y acceso a periodistas, blogueros y otros influencers y prescriptores de los mercados meta de la marca Islas Canarias.

Además, en la propuesta de plan deberá incluirse una relación, al menos aproximada, de las actuaciones a desarrollar, durante sus 12 meses de vigencia, por parte del equipo profesional principal propuesto.

Se valorará la consistencia estratégica del plan propuesto, la originalidad y potencial comunicacional de las acciones incluidas, la coherencia respecto de la estrategia de la marca turística Islas Canarias, la capacidad de ejecución del equipo profesional principal propuesto y su nivel de adecuación a los requisitos del presente pliego.

La propuesta deberá presentarse en documento no superior a las treinta (**30**) páginas en formato **A4** y podrá acompañarse de vídeos y otros elementos de apoyo.

Se valorará este criterio con un máximo de **15 puntos**.

8.2.9.3. Criterio i) Propuesta creativa para una acción de publicidad nativa en el mercado alemán dirigida al segmento `sibaritas modernos`.

Para la valoración de este criterio, los licitadores deberán formular una propuesta creativa para la ejecución de una acción de publicidad nativa en el mercado alemán dirigida al segmento de sibaritas modernos que incluya, al menos, descripción genérica de los contenidos a elaborar y la identificación del medio o medios en el que se propone su difusión, no siendo necesario establecer con estos medios contratos ni pre-acuerdos a tal fin.

Se valorará la creatividad y potencial comunicacional de la acción propuesta, la adecuación al mercado y target objetivo y la calidad e interés del medio o medios propuestos para su desarrollo.

Para la elaboración de esta propuesta, los licitadores deberán atenerse a los documentos recogidos en la **Documentación Aclaratoria** y señalados en la **cláusula 10.3** de este pliego, cuya consulta resulta imprescindible para su correcta elaboración.

PROMOTUR no estará obligado a desarrollar la propuesta del licitador adjudicatario.

La propuesta deberá presentarse en documento no superior a las veinticinco (**25**) páginas en formato **A4** y podrá acompañarse de vídeos y otros elementos audiovisuales de apoyo.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

Se valorará este criterio con un máximo de **15 puntos**.

8.2.10. Criterios de adjudicación no evaluables automáticamente: Lote 4

8.2.10.1. Criterio g) Propuesta de enfoque en medios pagados para la marca turística Islas Canarias en el ámbito b2b.

Para la valoración de este criterio, los licitadores deberán elaborar un documento que desarrolle una propuesta global de enfoque en medios pagados para **PROMOTUR** en el ámbito b2b.

El documento debe definir las líneas de acción estratégicas recomendadas por el licitador para medios off y on-line (con preferencia de estos últimos). El documento deberá incluir una relación de indicadores, sin cuantificación de sus objetivos, a emplear para medir la eficiencia de las líneas estratégicas previstas.

Se valorará la consistencia estratégica del enfoque propuesto, su alineación con la estrategia de **PROMOTUR** en el ámbito b2bs, la creatividad de sus planteamientos, su orientación a la eficiencia de la inversión y su nivel de adecuación a los requisitos del presente pliego.

En todo caso, la propuesta deberá incluir información suficiente para valorar la capacidad del licitador para aportar a **PROMOTUR** un modelo de desarrollo y enriquecimiento de su actual estrategia b2b a través de medios pagados.

Para la elaboración de esta propuesta, los licitadores deberán atenerse a los documentos recogidos en la **Documentación Aclaratoria** y señalados en la **cláusula 10.3** de este pliego, cuya consulta resulta imprescindible para su correcta elaboración.

PROMOTUR no estará obligado a desarrollar la propuesta de la agencia adjudicataria.

La propuesta deberá presentarse en documento no superior a las treinta (**30**) páginas en formato **A4** y podrá acompañarse de vídeos y otros elementos de apoyo.

Se valorará este criterio con un máximo de **20 puntos**.

8.2.10.2. Criterio h) Propuesta creativa para la realización de una acción especial en medios pagados para el mercado profesional español.

Para la valoración de este criterio, los licitadores deberán elaborar un documento que desarrolle una propuesta creativa para la realización de una acción especial en medios pagados dirigida al sector profesional turístico del mercado español. La propuesta deberá incluir, al menos, descripción genérica de los contenidos y/o actuaciones a desarrollar y la identificación del medio o medios en el que se propone su desarrollo, no siendo necesario establecer con estos medios contratos ni pre-acuerdos a tal fin.

Se valorará la creatividad y potencial comunicacional de la acción propuesta, la adecuación al mercado y público objetivo y su alineación con la estrategia b2b de **PROMOTUR**.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

Para la elaboración de esta propuesta, los licitadores deberán atenerse a los documentos recogidos en la **Documentación Aclaratoria** y señalados en la **cláusula 10.3** de este pliego, cuya consulta resulta imprescindible para su correcta elaboración.

PROMOTUR no estará obligado a desarrollar la propuesta de la agencia adjudicataria.

La propuesta deberá presentarse en documento no superior a las veinticinco (**25**) **páginas** en formato **A4** y podrá acompañarse de vídeos y otros elementos de apoyo.

Se valorará este criterio con un máximo de **20 puntos**.

8.2.11. Criterios de adjudicación no evaluables automáticamente: Lote 5.

8.2.11.1. Criterio g) Proyecto de diseño para la construcción del stand de PROMOTUR en la edición 2018 de WTM.

Para la valoración de este criterio, los licitadores deberán elaborar un proyecto de diseño del stand de **PROMOTUR** en la edición de 2018 de WTM.

Se valorará la calidad del diseño, su creatividad, la funcionalidad, su potencial comunicacional. la incorporación de elementos audiovisuales y tecnológicos relevantes, su alineación con la estrategia de la marca Islas Canarias, su orientación a la eficiencia, la posibilidad de reutilización de sus elementos en otros certámenes feriales y su nivel de adecuación a los requisitos del presente pliego.

En todo caso, la propuesta deberá incluir información suficiente para valorar la capacidad del licitador para aportar a **PROMOTUR** proyectos de diseño de calidad en lo referido a certámenes feriales, exposiciones y otras construcciones efímeras.

Para la elaboración de esta propuesta, los licitadores deberán atenerse a los documentos recogidos en la **Documentación Aclaratoria** y señalados en la **cláusula 10.3** de este pliego, cuya consulta resulta imprescindible para su correcta elaboración.

PROMOTUR no estará obligado a desarrollar la propuesta de la agencia adjudicataria.

La propuesta deberá presentarse en documento no superior a las treinta (**30**) **páginas** en formato **A4** y podrá acompañarse de vídeos y otros elementos de apoyo.

Se valorará este criterio con un máximo de **40 puntos**.

8.2.12. Procedimiento de Valoración para los criterios de adjudicación no evaluables automáticamente.

A tal efecto, se seguirá el siguiente procedimiento:

1º.- Todas las ofertas serán valoradas de mejor a peor respecto a dichos criterios, en función de sus características y de su comparación con el resto de las ofertas, teniendo



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

en cuenta su mayor adecuación a la mejora y perfeccionamiento de la ejecución del objeto del contrato. El resultado de dicha valoración deberá ser argumentado y justificado conforme a la **cláusula 12.1.1.**

2º.- A la que se considere mejor oferta respecto de un criterio se le asignará el valor 10, al que corresponderá el máximo de los puntos de ponderación correspondiente a dicho criterio.

3º.- Al resto de las ofertas se les asignará un valor de cero a diez, otorgándoles, en consecuencia, los puntos de ponderación que proporcionalmente les correspondan por su diferencia con la mejor oferta, de acuerdo con la siguiente fórmula:

$$Po=Pm*O/10$$

Po= puntuación de la oferta

Pm= puntuación máxima

O= Valoración de la Oferta del licitador sobre 10 asignada a la oferta que está puntuando

10= Valoración correspondiente a la mejor oferta

8.2.13. Criterios de Adjudicación evaluables automáticamente: Lote 1.

8.2.13.1. **Criterio i) Valoración económica de la comisión de agencia sobre la contratación de medios, soportes y espacios publicitarios on-line (excepto compra programática).**

Para la valoración de este criterio, se otorgará la puntuación máxima a la propuesta más baja de Comisión de Agencia, sin incluir tributación indirecta que fuera de aplicación sobre los mismos, expresada en puntos porcentuales (%), otorgándose puntuación al resto de los licitadores según la siguiente fórmula:

$$Po=Pm*[(Om+1)/(Oa+1)]$$

Po= puntuación de la oferta

Pm= puntuación máxima

Om= Mejor oferta expresada en puntos porcentuales

Oa= Oferta del licitador expresada en puntos porcentuales

No se admitirán propuestas de Comisión de Agencia inferiores a 0%.

Se valorará este criterio, con un máximo de **12 puntos**.

8.2.13.2. **Criterio j) Valoración económica de la comisión de agencia sobre los costes de contratación de espacios publicitarios mediante compra programática**

Para la valoración de este criterio, se otorgará la puntuación máxima a la **propuesta más baja de Comisión de Agencia**, sin incluir tributación indirecta que fuera de aplicación sobre los mismos, expresada en puntos porcentuales (%), otorgándose puntuación al resto de los licitadores según la siguiente fórmula:



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

$$Po=Pm*[(Om+1)/(Oa+1)]$$

Po= puntuación de la oferta
Pm= puntuación máxima
Om= Mejor oferta expresada en puntos porcentuales
Oa= Oferta del licitador expresada en puntos porcentuales

No se admitirán propuestas de Comisión de Agencia inferiores a 0%.

Se valorará este criterio, con un máximo de **12 puntos**.

8.2.13.1. Criterio k) Valoración económica de la comisión de agencia sobre la contratación de medios, soportes y espacios publicitarios off-line

Para la valoración de este criterio, se otorgará la puntuación máxima a la **propuesta más baja de Comisión de Agencia**, sin incluir tributación indirecta que fuera de aplicación sobre los mismos, expresada en puntos porcentuales (%), otorgándose puntuación al resto de los licitadores según la siguiente fórmula:

$$Po=Pm*[(Om+1)/(Oa+1)]$$

Po= puntuación de la oferta
Pm= puntuación máxima
Om= Mejor oferta expresada en puntos porcentuales
Oa= Oferta del licitador expresada en puntos porcentuales

No se admitirán propuestas de Comisión de Agencia inferiores a 0%.

Se valorará este criterio, con un máximo de **16 puntos**.

8.2.14. Criterios de Adjudicación evaluables automáticamente: Lote 2.

8.2.14.1. Criterio i) Valoración económica de la comisión de agencia sobre la contratación de campañas o acciones de comunicación en redes sociales.

Para la valoración de este criterio, se otorgará la puntuación máxima a la **propuesta más baja de Comisión de Agencia**, sin incluir tributación indirecta que fuera de aplicación sobre los mismos, expresada en puntos porcentuales (%), otorgándose puntuación al resto de los licitadores según la siguiente fórmula:

$$Po=Pm*[(Om+1)/(Oa+1)]$$

Po= puntuación de la oferta
Pm= puntuación máxima
Om= Mejor oferta expresada en puntos porcentuales
Oa= Oferta del licitador expresada en puntos porcentuales

No se admitirán propuestas de Comisión de Agencia inferiores a 0%.

Se valorará este criterio, con un máximo de **20 puntos**.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

8.2.14.2. Criterio j) Valoración económica de la comisión de agencia sobre la contratación de campañas o acciones de comunicación en medios especiales on-line como on-line travel agencies, buscadores especializados y otros análogos.

Para la valoración de este criterio, se otorgará la puntuación máxima a la **propuesta más baja de Comisión de Agencia**, sin incluir tributación indirecta que fuera de aplicación sobre los mismos, expresada en puntos porcentuales (%), otorgándose puntuación al resto de los licitadores según la siguiente fórmula:

$$Po=Pm*[(Om+1)/(Oa+1)]$$

Po= puntuación de la oferta
Pm= puntuación máxima
Om= Mejor oferta expresada en puntos porcentuales
Oa= Oferta del licitador expresada en puntos porcentuales

No se admitirán propuestas de Comisión de Agencia inferiores a 0%.

Se valorará este criterio, con un máximo de **20 puntos**.

8.2.15. Criterios de Adjudicación evaluables automáticamente: Lote 3.

8.2.15.1. Criterio j) Valoración económica de la comisión de agencia sobre los costes por contratación externa, incluidos medios.

Para la valoración de este criterio, se otorgará la puntuación máxima a la **propuesta más baja de Comisión de Agencia** sin incluir tributación indirecta que fuera de aplicación sobre los mismos, expresada en puntos porcentuales (%), otorgándose puntuación al resto de los licitadores según la siguiente fórmula:

$$Po=Pm*[(Om+1)/(Oa+1)]$$

Po= puntuación de la oferta
Pm= puntuación máxima
Om= Mejor oferta expresada en puntos porcentuales
Oa= Oferta del licitador expresada en puntos porcentuales

No se admitirán propuestas de Comisión de Agencia inferiores a 0%.

Se valorará este criterio, con un máximo de **10 puntos**.

8.2.15.2. Criterio k) Dedicación prevista del equipo profesional principal.

Para la valoración de este criterio, se otorgará la puntuación máxima a la **propuesta de dedicación**, expresada en número de **horas/año natural, más alta**, otorgándose puntuación al resto de los licitadores según la siguiente fórmula:

$$Po=Pm*(Oa/Om)$$

Po= puntuación de la oferta
Pm= puntuación máxima
Om= Mejor oferta
Oa= Oferta del licitador



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

Al objeto de comprobar la viabilidad de la propuesta de **Dedicación prevista del equipo profesional principal**, se deberá justificar que el importe resultante de aplicar los precios y las comisiones incluidos en la oferta cubren suficientemente el coste del equipo profesional planteado.

Para ello, los licitadores deberán aportar, en documento adicional al modelo recogido en el **Anexo I.a: Modelo relativo a los Criterios de Adjudicación Evaluables Automáticamente**, detalle pormenorizado e individualizado de cada miembro del **equipo profesional principal** propuesto acerca de su dedicación prevista a la ejecución del servicio, expresada en **horas/mes** y **horas/año** y la tarifa expresada en **precio/hora** correspondiente a cada miembro del equipo.

Asimismo, se adjuntará una declaración responsable dónde se manifieste la viabilidad de la propuesta, mediante una justificación detallada y calculada de que el precio hora/hora indicado cumple con las tablas salariales aprobadas en el Convenio Colectivo de Publicidad aprobado por Federación de Empresas de Publicidad y Comunicación (FEDE), las asociaciones empresariales AEACP-ACP y AM en representación de las empresas del sector, y, de otra, por los sindicatos FSC-CC.OO. y FESM C-UGT en representación de los trabajadores afectados y publicado, mediante resolución de 20 de febrero de 2017, de la Dirección General de Empleo, por la que se registra y publica el Acuerdo parcial en materia salarial para 2017 del Convenio colectivo del sector de empresas de publicidad o en el convenio específico que se establezca para empresa de acuerdo con lo establecido en el **Anexo III: Declaración Responsable del Licitador**.

Se valorará este criterio con un máximo de **30 puntos**.

8.2.16. Criterios de Adjudicación evaluables automáticamente: Lote 4.

8.2.16.1. Criterio i) Valoración económica de la comisión de agencia sobre la contratación de medios, soportes y espacios publicitarios on-line.

Para la valoración de este criterio, se otorgará la puntuación máxima a **la propuesta más baja de Comisión de Agencia**, sin incluir tributación indirecta que fuera de aplicación sobre los mismos, expresada en puntos porcentuales (%), otorgándose puntuación al resto de los licitadores según la siguiente fórmula:

$$Po = Pm * [(Om + 1) / (Oa + 1)]$$

Po= puntuación de la oferta

Pm= puntuación máxima

Om= Mejor oferta expresada en puntos porcentuales

Oa= Oferta del licitador expresada en puntos porcentuales

No se admitirán propuestas de Comisión de Agencia inferiores a 0%.

Se valorará este criterio, con un máximo de **20 puntos**.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

8.2.16.2. **Criterio j) Valoración económica de la comisión de agencia sobre la contratación de medios, soportes y espacios publicitarios off-line**

Para la valoración de este criterio, se otorgará la puntuación máxima a la **propuesta más baja de Comisión de Agencia**, sin incluir tributación indirecta que fuera de aplicación sobre los mismos, expresada en puntos porcentuales (%), otorgándose puntuación al resto de los licitadores según la siguiente fórmula:

$$Po=Pm*[(Om+1)/(Oa+1)]$$

Po= puntuación de la oferta

Pm= puntuación máxima

Om= Mejor oferta expresada en puntos porcentuales

Oa= Oferta del licitador expresada en puntos porcentuales

No se admitirán propuestas de Comisión de Agencia inferiores a 0%.

Se valorará este criterio, con un máximo de **20 puntos**.

8.2.17. **Criterios de Adjudicación evaluables automáticamente: Lote 5.**

8.2.17.1. **Criterio i) Valoración económica de la comisión de agencia sobre la contratación de proveedores externos.**

Para la valoración de este criterio, se otorgará la puntuación máxima a la **propuesta más baja de Comisión de Agencia**, sin incluir tributación indirecta que fuera de aplicación sobre los mismos, expresada en puntos porcentuales (%), otorgándose puntuación al resto de los licitadores según la siguiente fórmula:

$$Po=Pm*[(Om+1)/(Oa+1)]$$

Po= puntuación de la oferta

Pm= puntuación máxima

Om= Mejor oferta expresada en puntos porcentuales

Oa= Oferta del licitador expresada en puntos porcentuales

No se admitirán propuestas de Comisión de Agencia inferiores a 0%.

Se valorará este criterio, con un máximo de **30 puntos**.

8.2.17.2. **Criterio j) Valoración económica del precio de diseño de stands.**

Para la valoración de este criterio, se otorgará la puntuación máxima a la **propuesta más baja de precio de diseño de stand por metro cuadrado** (para un stand de una superficie mínima de 100 metros cuadrados), sin incluir tributación indirecta que fuera de aplicación sobre los mismos, expresada en euros (€), otorgándose puntuación al resto de los licitadores según la siguiente fórmula:

$$Po=Pm*[(Om+1)/(Oa+1)]$$



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

Po= puntuación de la oferta
Pm= puntuación máxima
Om= Mejor oferta expresada en euros
Oa= Oferta del licitador expresada en euros

No se admitirán propuestas de precio inferiores a 0 euros.

Se valorará este criterio, con un máximo de **10 puntos**.

8.2.18. Procedimiento de Valoración para los criterios de adjudicación evaluables automáticamente.

La valoración de los criterios de adjudicación evaluables automáticamente de las ofertas se realizará de acuerdo con el siguiente procedimiento:

1º.- Todas las ofertas serán clasificadas por orden de mejor a peor respecto de cada uno de los criterios.

2º.- Obtenido el orden de prelación de todas las ofertas respecto de un criterio, se asignará a la mejor oferta el máximo de los puntos correspondiente a dicho criterio.

3º.- A las ofertas siguientes en el orden de prelación de cada criterio se les asignará los puntos que proporcionalmente corresponda por su diferencia con la mejor oferta, de acuerdo con la fórmula especificada en cada caso.

4º.- Obtenida la puntuación de todas las ofertas respecto a cada uno de los criterios evaluables de forma automática, se sumará la puntuación total de cada una de ellas.

8.2.19. Valoración final.

Obtenidas las puntuaciones totales de los criterios evaluables automáticamente y no automáticamente, se sumarán ambas, resultando seleccionada la oferta que obtenga la mayor puntuación.

8.2.20. Criterio preferencial en caso de igualdad entre dos o más proposiciones.

En todo caso, de acuerdo con lo dispuesto en el Decreto Territorial 84/2006, de 20 de junio, en caso de igualdad entre dos o más proposiciones, desde el punto de vista de los criterios objetivos que sirven de base para la adjudicación, tendrá preferencia en la adjudicación del contrato la empresa que, en el momento de acreditar su solvencia técnica, se encuentre en alguna de las circunstancias siguientes: (D. Adicional 6ª TRLCSP y D.T. 84/2006):

- a) Que, empleando a menos de cincuenta trabajadores, cuente en su plantilla con un número de trabajadores fijos discapacitados no inferior al 2%.
- b) Que, empleando a cincuenta o más trabajadores, cuente en su plantilla con un número de trabajadores fijos discapacitados superior al 2%.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

c) Que, empleando a cincuenta o más trabajadores y encontrándose en alguno de los supuestos de excepcionalidad previstos en la Ley 13/1982, de 7 de abril, de Integración Social de los Minusválidos, cuente en su plantilla con un número de trabajadores fijos discapacitados no inferior al 2%, siempre que tales circunstancias de excepcionalidad hayan sido debidamente declaradas por el Servicio Público de Empleo competente.

Para ello, se deberá acreditar estas circunstancias, conforme a lo establecido en la **cláusula 11.2.3.3.**

9. GARANTÍA PROVISIONAL.

De acuerdo con lo establecido en el artículo 104 de la TRLCSP, los licitadores **no deberán constituir garantía provisional.**

10. PLAZO Y PRESENTACIÓN DE PROPOSICIONES¹⁹

10.1. Lugar y Plazo.

Las ofertas y la documentación complementaria se presentarán, en la forma indicada en los apartados siguientes, en el lugar y plazo señalado en el anuncio de licitación y, en todo caso, en las oficinas de **PROMOTUR**, a través de la unidad de registro, sitas en la calle Víctor Hugo nº 60, C.P. 35006, de Las Palmas de Gran Canaria o en la calle Fomento, 7, 2º (Oficina 11ª), C.P. 38003, de Santa Cruz de Tenerife, en horario laborable de oficina y, en todo caso, con tiempo de antelación para la recepción de la presentación de la documentación por el personal de PROMOTUR.

La presentación de la oferta se deberá realizar en una sola de las dependencias administrativas de entre las varias que existan para poder llevarla a cabo, rechazándose en caso contrario todas las presentadas por el licitador.

10.2. Forma: Documentación a presentar.

La presentación de las ofertas y de la documentación complementaria que se deberá presentar es:

(i) **Escrito de solicitud** indicando expresamente la voluntad de **participación** y especificando la documentación que se acompaña a ésta, tomándose como **modelo de solicitud** aquel que se acompaña al presente pliego como **Anexo II: Solicitud de Participación**

(ii) **Declaración Responsable**, indicando que cumple con las citadas condiciones tales como personalidad y representación, así como, capacidad para contratar con el sector público, conforme a la **cláusula 11.2.2.** y **11.2.3.**

(iii) **Sobres** cerrados conforme a lo establecido en las **cláusulas 11.1, 11.3 y 11.4.**

¹⁹ Art. 145.1 TRLCSP y Art.80 RG).



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

La presentación de las ofertas y de la documentación complementaria podrá realizarse mediante **entrega**, bien personalmente, bien mediante **envío por mensajería** entregado dentro del plazo señalado o bien mediante envío por **correo postal**, en cuyo caso el interesado deberá acreditar, con el resguardo correspondiente, la fecha de imposición del envío y comunicar en el mismo día al órgano de contratación, por **fax** al número **928 23 42 89**, télex o telegrama la remisión de la proposición. La solicitud de participación deberá ser sellada por la oficina de correos constando en el sello la fecha de la interposición.

Dicha comunicación podrá también realizarse por correo electrónico a la siguiente dirección: **asesoriajuridica@turismodecanarias.com**, si bien este medio sólo será válido, si existe constancia de su transmisión y recepción, de sus fechas y del contenido íntegro de las comunicaciones y se identifica fidedignamente al remitente y al destinatario. Sin la concurrencia de ambos requisitos no será admitida la proposición en el caso que fuera recibida fuera del plazo fijado en el anuncio de licitación.

No obstante, transcurridos **cinco (5) días naturales** desde la terminación del plazo, no será admitida ninguna proposición enviada por correo postal. Adicionalmente, si el último día de este plazo fuera un día inhábil se entenderá prorrogado al día hábil siguiente.

En el momento de la presentación, el licitador podrá obtener una **copia sellada de su solicitud de participación**, que servirá de recibo con la fecha de la presentación de los sobres entregados, siempre y cuando en el momento de la entrega, aporte **dos (2) copias de ésta**.

La presentación de las proposiciones presume la aceptación incondicional por el empresario de la totalidad del contenido del presente pliego, sin salvedad alguna.

10.3. Documentación Aclaratoria: Acceso a través Brand Centre de Islas Canarias.

Los licitadores podrán acceder a la documentación aclaratoria, dentro del plazo establecido para la presentación de proposiciones, como **información confidencial** propiedad de **PROMOTUR**, compuesta por los siguientes documentos necesarios para una adecuada presentación de las proposiciones:

- (i) Documento descriptivo de la marca turística **Islas Canarias**.
- (ii) Brief para la elaboración de **Propuesta creativa para la realización de una acción especial en medios para el mercado español de la plataforma de comunicación `Vuelve a Brillar` perteneciente a la marca turística Islas Canarias**.
- (iii) Brief para la elaboración de la **Propuesta creativa para la realización de una acción especial en Facebook** dirigida a los amantes de la naturaleza para el mercado británico.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

(iii) Brief para la elaboración de la **Propuesta creativa para una acción de publicidad nativa en el mercado alemán dirigida al segmento de siberitas modernos.**

(iiii) Brief para la elaboración del Proyecto de diseño del stand de PROMOTUR en la edición de 2018 de WTM

Dichos documentos son accesibles a través del **Brand Center de Islas Canarias** en la url <http://brandcentre.hellocanaryislands.com>.

Para ello, los interesados deberán **registrarse** aportando **nombre, apellidos, email, empresa, teléfono y país** y una vez registrados, descargar los documentos accediendo a través de la siguiente url goo.gl/hpW5Sp

El licitador solicitante queda obligado a respetar escrupulosamente la obligación de confidencialidad que a este respecto se exige en la **cláusula 28** del presente pliego.

11. CONTENIDO DE LAS PROPOSICIONES²⁰.

11.1. Sobres: Identificación.

Las proposiciones constarán de **dos (2) sobres cerrados**, identificando en su exterior lo siguiente:

- Indicación de la **licitación** a la que se concurra y **lote o lotes, en su caso**, a los que se licite,
- Nombre y apellidos o razón social de la empresa licitadora
- Números de teléfono y de fax
- Dirección de correo electrónico

Estos datos facilitados por el licitador e idénticos a los que constan en la solicitud de participación **serán los tenidos en cuenta a los efectos de las notificaciones** que pudieran dimanarse del presente procedimiento de licitación, con especial atención al **correo electrónico** que será el **medio preferente de comunicación** a estos efectos.

Los sobres deberán firmarse por el licitador o persona que le represente legalmente.

En cada sobre se deberá hacer constar debidamente su contenido mediante **índice en documento independiente**. Además, cada uno de ellos deberá contener la documentación exigida en el presente pliego.

Toda la documentación a presentar por los licitadores habrá de ser documentación original, o bien copias que tengan carácter de auténticas o compulsadas conforme a la legislación vigente en la materia. Del mismo modo, los licitadores presentarán su documentación en **castellano**, debiendo estos proporcionar traducciones en caso de que los documentos consten en idiomas distintos al castellano. La validez de la traducción aportada se apreciará dependiendo de la naturaleza del documento original.

²⁰ Art. 145.1 TRLCSP y art.80 RG.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

En todo caso, el licitador deberá rellenar y presentar junto con la proposición los **anexos** que se adjuntan al presente pliego, cuando los mismos sean sugeridos como **modelos**.

La proposición deberá estar detallada en los diferentes conceptos y partidas que la integran, con especial atención a la **oferta económica o la relativa a los criterios de adjudicación evaluables automáticamente**.

En la presente licitación no se podrán presentar variantes o alternativas²¹.

El empresario que haya licitado en **unión temporal** con otros empresarios no podrá, a su vez, presentar proposiciones individualmente, ni figurar en más de una unión temporal participante en la licitación. El incumplimiento de esta prohibición dará lugar a la **no admisión** de todas las proposiciones por él suscritas²².

11.2. Documentación acreditativa de la personalidad y representación y capacidad para contratar con el Sector Público.

11.2.1. Declaración Responsable.

Al margen de los sobres antes indicados, como contenido de la proposición y junto a la solicitud de participación, el licitador deberá presentar una **declaración responsable** indicando que cumple con las citadas condiciones tales como personalidad y representación, así como capacidad para contratar con el sector público, conforme a lo exigido por las siguientes **cláusulas 11.2.2 y 11.2.3**²³.

En el caso de que no se licite a la totalidad de los **lotes**, en la citada declaración responsable se deberán especificar los lotes a los que se licita, a efectos de que la Mesa de contratación pueda tener en consideración que el licitador ostenta la clasificación en el lote o lotes correspondientes.

Dicha declaración responsable podrá ser formulada conforme al **modelo** establecido como **Anexo III: Declaración Responsable del Licitador**.

Se aceptará, de igual modo y con idénticos efectos, la declaración responsable formulada conforme al formulario normalizado del "**Documento Europeo Unico de Contratación**" (**DEUC**), establecido por el **Reglamento de Ejecución (UE) 2016/7 de la Comisión, de 5 de enero de 2016**, podrán hacerlo por vía electrónica utilizando el servicio en línea gratuito **DEUC electrónico**, que facilita la Comisión Europea, en la siguiente dirección de Internet: <https://ec.europa.eu/tools/espd>.

La presentación de la citada declaración responsable exonera de la necesidad de cumplimentar la documentación sobre personalidad, representación y capacidad para contratar, sin perjuicio de lo que a continuación se detalla y de la documentación exigible al propuesto como adjudicatario.

²¹ Art. 145.3 TRLCSP.

²² Art. 145.3 TRLCSP.

²³ Art. 146.4 y 5 TRLCSP (introducido por Ley 14/2013).



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

Cuando así lo requiera el órgano de contratación, en orden a garantizar el buen fin del procedimiento, **en cualquier momento anterior a la adopción de la propuesta de adjudicación** conforme a la **cláusula 13.1**, los licitadores deberán aportar la siguiente documentación:

11.2.2. Personalidad y Representación.

11.2.2.1. Documento/s que acrediten la personalidad del empresario.

El documento o los documentos que acrediten la personalidad del empresario y la representación, en su caso, del firmante de la proposición, se presentarán en la forma siguiente:

A) Documento Nacional de Identidad, cuando se trate de **empresarios individuales**.

B) Si se trata de **personas jurídicas** deberán presentar escrituras de constitución y también de modificación, en su caso, inscritas en el Registro Mercantil, cuando este requisito fuera exigible conforme a la legislación mercantil que le sea aplicable. Si no lo fuere, deberán presentar el documento de constitución, estatutos o acto fundacional en el que consten las normas por las que se regula su actividad, inscritos, en su caso, en el correspondiente Registro oficial que fuera preceptivo.

C) Las **empresas no españolas de Estados miembros de la Unión Europea o signatarios del Acuerdo sobre el Espacio Económico Europeo**, habrán de acreditar su capacidad de obrar mediante presentación de **certificación o declaración jurada de estar inscritas en alguno de los registros** que se indican en el Anexo I del Reglamento General de la LCAP.

D) Los **restantes empresarios extranjeros** deberán acreditar su capacidad de obrar mediante informe expedido por la representación diplomática española en el Estado correspondiente, en la que se haga constar que figuran inscritos en el Registro local, profesional, comercial o análogo o, en su defecto, que actúan con habitualidad en el tráfico local en el ámbito de las actividades que constituyen el objeto del contrato.

Asimismo, deberán aportar informe de la respectiva Misión Diplomática Permanente de España o de la Secretaria General de Comercio Exterior del Ministerio de Economía que se acompañará de la documentación que se presente, que el Estado de procedencia de la empresa extranjera admite a su vez la participación de empresas españolas en la contratación con la Administración y con los entes, organismos o entidades del sector público asimilables a los enumerados en el artículo 3 del TRLCSP, en forma sustancialmente análoga.²⁴

²⁴ Art. 55 TRLCSP.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

11.2.2.2. **Documento/s que acredite/n la representación del empresario.**

Cuando el **licitador actúe mediante representante**, éste deberá aportar documento fehaciente acreditativo de la existencia de la **representación** y del ámbito de sus facultades para licitar **con el Sector Público y/o ante Sociedades Mercantiles Públicas**, que será bastantado conforme a lo establecido en la **cláusula 4.4**, tales como escrituras de constitución, elevación a público de acuerdos sociales o de apoderamiento, en su caso, y, cuando se trata de sociedades mercantiles, acompañadas de certificación o nota informativa del Registro Mercantil dónde se haga constar la vigencia de la representación que ostenta y de las facultades para licitar.

11.2.2.3. **Uniones Temporales de Empresas (U.T.E.).**

Si varios empresarios acuden a la licitación constituyendo una **unión temporal**, cada uno de ellos deberá acreditar su personalidad y capacidad, indicando los nombres y circunstancias de los empresarios que la suscriban, la participación de cada uno de ellos o presentar una **declaración responsable de cada uno de los miembros** conforme a la **cláusula 11.2**, así como, un **compromiso mutuo** de constituirse formalmente en unión temporal de empresas en caso de resultar adjudicatarios del contrato y la designación de un representante o apoderado único de la unión con poderes bastantes para ejercitar los derechos y cumplir las obligaciones que del contrato se deriven hasta su extinción, sin perjuicio de la existencia de poderes mancomunados que puedan otorgar las empresas para cobros y pagos de cuantía significativa.

11.2.3. **Capacidad para contratar con el Sector Público.**

11.2.3.1. **Certificado de Clasificación.**

En caso de aportación de un **Certificado** de la Clasificación a los efectos de acreditar la solvencia establecida en la **cláusula 4.5** del presente pliego, éste deberá ser expedido por la Junta Consultiva de Contratación Administrativa o en su caso, por el Organismo comunitario correspondiente²⁵ con el contenido establecido en la **cláusula 4.2**.

El certificado de clasificación deberá ir acompañado, en todo caso, de una **declaración responsable** en la que el licitador manifieste que los datos de clasificación no han tenido variación²⁶, debidamente firmada y sellada por el licitador o persona que le represente.

En el caso de que no se licite a la totalidad de los **lotes**, en la citada declaración responsable se deberán **especificar los lotes** a los que se licita, a efectos de que la Mesa de contratación pueda tener en consideración que el licitador ostenta la clasificación en el lote o lotes correspondientes a los efectos de la aplicación de lo establecido en las **cláusulas 4.5.1 y 4.5.2**.

No obstante, lo establecido en el apartado anterior, para los empresarios no españoles de Estados miembros de la Unión Europea, será suficiente que acrediten, en su caso, ante el

²⁵ Art. 84 TRLCSP.

²⁶ Art. 146.3 TRLCSP.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

órgano de contratación correspondiente su solvencia económica, financiera y técnica, conforme a los requisitos establecidos en la **cláusula 4.5.** del presente pliego.

A los efectos de la acreditación de la solvencia, las **uniones temporales de empresarios** deberán acreditar que todas las empresas que integran la unión han obtenido clasificación como empresa contratista de servicio. Si concurren uniones de empresarios nacionales, extranjeros no comunitarios o extranjeros comunitarios, los dos primeros acreditarán su solvencia mediante certificado de clasificación y los últimos, en defecto de ésta, su solvencia económica, financiera y técnica mediante los medios establecidos en la cláusula antes citada.

11.2.3.2. Inexistencia de prohibiciones para contratar con la Administración²⁷.

La inexistencia de prohibiciones para contratar con la administración se acreditará mediante testimonio judicial, certificación administrativa o declaración responsable del licitador otorgada ante una autoridad administrativa u organismo profesional cualificado, o mediante acta de manifestaciones ante notario público, de no estar incurso en las prohibiciones para contratar con la Administración conforme al artículo 60 de la TRLCSP, comprendiendo expresamente la circunstancia de hallarse al corriente del cumplimiento de las obligaciones tributarias y con la Seguridad Social impuestas por las disposiciones vigentes.

A estos efectos, se podrá tomar como referencia el texto que consta en el **Anexo IV: Texto del Testimonio Judicial o certificación administrativa o Declaración Responsable a otorgar antes una autoridad administrativa, notario público u organismo profesional cualificado** del presente pliego.

Cuando se trate de **empresas de Estados miembros de la Unión Europea** y esta posibilidad esté prevista en la legislación del Estado respectivo, podrá sustituirse por declaración responsable, otorgada ante una autoridad judicial.

Para las **empresas extranjeras**, se deberá incluir, además, una declaración de sometimiento 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 al licitante.

11.2.3.3. Acreditación de la relación laboral con personas con discapacidad.

A los efectos de acreditar la relación laboral con personas con discapacidad en los términos establecidos en la **cláusula 8.2.20** del presente pliego, las empresas deberán aportar la siguiente documentación:

a) Declaración responsable del número de trabajadores fijos discapacitados y porcentaje que éstos representan sobre el total de la plantilla.

²⁷ Arts. 73 y 146.1.c) TRLCSP.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

b) Documento TC2 (relación nominal de trabajadores) correspondientes a todo el personal de la empresa.

c) Relación de los trabajadores fijos discapacitados acompañada de la resolución o certificación acreditativa del grado y vigencia de la discapacidad.

d) Contrato de trabajo de los trabajadores fijos discapacitados.

e) Si la empresa emplea a cincuenta o más trabajadores, y se encuentra en alguno de los supuestos de excepcionalidad previstos en la Ley 13/1982, de 7 de abril, de Integración Social de los Minusválidos, deberá aportar, además, declaración del Servicio Público de Empleo competente de que la empresa se encuentra en alguno de los citados supuestos de excepcionalidad.

11.2.3.4. Registro de Contratistas de la Comunidad Autónoma de Canarias: exención de presentación de Documentación al licitador.

La presentación por el licitador del certificado de estar inscrito en el Registro de Contratistas de la Comunidad Autónoma de Canarias le **eximirá** de aportar la documentación que se detalla:

- Personalidad y representación a que se refiere las **cláusulas 11.2.2.1 y 11.2.2.2** de este pliego, siempre y cuando la representación sea la misma que conste en el certificado aportado. No obstante, la Mesa de contratación podrá requerir la aportación de dicha documentación si fuera necesaria para acreditar que el objeto social de la empresa es adecuado al objeto del contrato.

- Certificado de clasificación, siempre y cuando en el certificado del Registro de Contratistas conste la clasificación referida al objeto del contrato, o, en su caso, documentación acreditativa de la solvencia económica, financiera y técnica.

- Declaración responsable a que se refiere la **cláusula 11.2.3.2**, salvo en lo que se refiere a la circunstancia de hallarse al corriente del cumplimiento de las obligaciones tributarias y con la Seguridad Social impuestas por las disposiciones vigentes, respecto de las que habrá que aportar, en todo caso, declaración responsable, formulada ante autoridad administrativa u organismo profesional cualificado, o mediante acta de manifestaciones ante notario público.

11.3. Sobre número 1: Proposición relativa a los Criterios de adjudicación No evaluables automáticamente.

Este sobre deberá tener el siguiente título: "**SOBRE Nº 1: Proposición relativa a los criterios de adjudicación NO evaluables automáticamente para la licitación, mediante procedimiento abierto, relativa a**
.....: **Lote Nº** (AJ 9/18AA)".

Los licitadores incluirán en este sobre la documentación relacionada con los **criterios de adjudicación no evaluables automáticamente** a los que se refiere las **cláusulas 8.2.6**,



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

8.2.7, 8.2.8, 8.2.9, 8.2.10 y 8.2.11 del presente pliego, conteniendo todos los elementos que la integran.

Los licitadores podrán presentar proposiciones referidas a uno, a varios, o a la totalidad de los **lotes**, especificándose, en su caso, la oferta correspondiente a cada lote.

Cada licitador podrá presentar sólo una proposición en relación con el objeto del contrato **o del lote o lotes** a los que licite, sin que se puedan presentar variantes o alternativas.

Para ser tenida en cuenta, dicha documentación deberá estar suscrita en su totalidad por el licitador o ir acompañada de una relación de los documentos que la integran firmada por el licitador en la que declare, bajo su responsabilidad, ser ciertos los datos aportados.

La inclusión en el **Sobre Número 1** de cualquier información o contenido relativo a cualquiera de los ***Crterios de adjudicación evaluables automáticamente*** supondrá la exclusión de la propuesta del licitador de la licitación.

Los licitadores deberán presentar:

a) La propuesta en **formato digital**, aceptándose archivos de audio, video, texto y gráficos.

PROMOTUR podrá solicitar a los licitadores, una vez presentada su propuesta, formatos alternativos.

b) Al objeto de facilitar la identificación completa de la propuesta, los licitadores deberán acompañar su proposición de una copia idéntica impresa en formato **A4**.

11.4. Sobre número 2: Proposición Económica y/o Oferta relativa a los Criterios de adjudicación evaluables automáticamente.

Este sobre deberá tener el siguiente título: "***SOBRE Nº 2: Proposición relativa a los criterios de adjudicación evaluables automáticamente para la licitación, mediante procedimiento abierto, relativa a***
.....: **Lote Nº** (AJ 9/18AA)".

Los licitadores incluirán en este sobre la documentación relacionada con los criterios de adjudicación para cada lote al que se refiere las **Cláusulas 8.2.13, 8.2.14, 8.2.15, 8.2.16 y 8.2.17** del presente pliego, conteniendo todos los elementos que la integran.

Los licitadores podrán presentar proposiciones referidas a uno, a varios o a la totalidad de los lotes, especificándose, en su caso, la oferta correspondiente a cada lote.

Cada licitador podrá presentar solo una proposición en relación del lote o lotes a los que licite, sin que puedan presentar variantes o alternativas.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

El contenido de la **oferta económica o relativa a los criterios de adjudicación evaluables automáticamente** será redactado según el modelo que, para cada lote, se adjunta como:

Anexo I.a: Modelo relativo a los Criterios de Adjudicación Evaluables Automáticamente para el Lote 1.

Anexo I.b: Modelo relativo a los Criterios de Adjudicación Evaluables Automáticamente para el Lote 2.

Anexo I.c: Modelo relativo a los Criterios de Adjudicación Evaluables Automáticamente para el Lote 3.

Anexo I.d: Modelo relativo a los Criterios de Adjudicación Evaluables Automáticamente para el Lote 4.

Anexo I.e: Modelo relativo a los Criterios de Adjudicación Evaluables Automáticamente para el Lote 5.

Todo ello, sin errores o tachaduras que dificulten conocer claramente lo que el órgano de contratación estime fundamental para considerar las ofertas, y que, de producirse, provocarían que la proposición sea rechazada.

Las empresas licitadoras deberán garantizar que la oferta económica o evaluable automáticamente deberá ser adecuada para hacer frente al coste derivado de la aplicación del **convenio colectivo sectorial** que corresponda y designado en el **Anexo III: Declaración Responsable del Licitador**.

Cuando la proposición fuera cuantificable económicamente, ésta deberá indicar, como partida independiente, el importe del Impuesto General Indirecto Canario (I.G.I.C.) que deba ser repercutido o cualquier otro impuesto indirecto que fuera de aplicación, en su caso²⁸.

12. MESA DE CONTRATACIÓN²⁹

La constitución de la Mesa de Contratación y sus miembros se regirá por lo establecido en la **Instrucción Sexta** relativa a "**Órgano de Asistencia. Mesa de Contratación**" del apartado relativo a **Consideraciones Generales** de las Instrucciones Internas de Contratación aprobadas por **PROMOTUR**.

²⁸ Art. 145.5 TRLCSP.

²⁹ Art. 320 TRLCSP y art. 79 RG.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

12.1. Apertura de proposiciones del Sobre número 1 y 2.

12.1.1. Apertura proposición del Sobre número 1: Informe Técnico y Aclaraciones (documentación o información aclaratoria).

La Mesa de contratación, concluido el plazo de presentación de proposiciones y comprobada la presentación de la documentación establecida en la cláusula **11.2.** o **subsanas, en su caso, las omisiones o deficiencias apreciadas** en ésta, realizará la apertura del **sobre número 1** de los licitadores admitidos que contiene la documentación de las proposiciones relativas a los **Criterios de Adjudicación no evaluables automáticamente**, con arreglo a **Instrucción Primera** del apartado relativo a **Contratación** de las **Instrucciones Internas de Contratación** aprobadas por **PROMOTUR**.

Cuando para la valoración de las proposiciones hayan de tenerse en cuenta criterios distintos del **precio o evaluables de manera automática**, la Mesa de Contratación podrá solicitar, antes de formular su propuesta de adjudicación, cuantos **informes técnicos** considere precisos. Igualmente, podrá solicitarse estos informes cuando sea necesario verificar que las citadas ofertas cumplen con las especificaciones técnicas del pliego³⁰.

Si de los citados informes técnicos se dedujese la necesidad de ulterior documentación o información por parte de éstos, la Mesa de Contratación estará facultada para requerir de los licitadores para que presenten **aclaraciones** oportunas en el plazo que se estime conveniente, atendiendo a la complejidad o dificultad de lo solicitado.

La no presentación, la presentación incompleta, inexacta, insuficiente o falseada de las aclaraciones solicitadas provocará la desestimación de la oferta.

12.1.2. Apertura de proposiciones del Sobre número 2.

Asimismo, la apertura del **sobre número 2** también se llevará a cabo según lo dispuesto en la **Instrucción Primera** del apartado relativo a **Contratación** de las **Instrucciones Internas de Contratación** aprobadas por **PROMOTUR**.

En todo caso, se podrán presentar reclamaciones escritas ante el órgano de contratación, en el plazo máximo de **dos (2) días hábiles**, desde la celebración del acto público de la apertura del citado **sobre número 2**.

³⁰ Instrucción Interna, apartado **Contratación, Primero.- Procedimientos de Adjudicación**, letra d.1.) **Procedimiento abierto**.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

13. ADJUDICACIÓN³¹.

13.1. Propuesta de Adjudicación.

13.1.1. Presentación de Documentación acreditativa de personalidad, representación y capacidad para contratar con el Sector Público.

Durante la tramitación del procedimiento y en orden a garantizar el buen fin del procedimiento, en cualquier momento **anterior a la adopción de la propuesta de adjudicación**, se podrá recabar de los licitadores o de aquel que presente la oferta económicamente más ventajosa que aporten la **documentación acreditativa** del cumplimiento de los requisitos de personalidad, representación y capacidad para contratar con el sector público conforme a las **cláusulas 4, 11.2.2 y 11.2.3**, así como la documentación acreditativa de la adscripción a la ejecución del contrato de los medios personales y materiales suficientes para llevarlo a cabo, conforme a la **cláusula 4.5.2**.

Para el caso establecido en la **cláusula 4.5.1**, en relación a la solvencia económica financiera mediante **seguro de indemnización por riesgos profesionales**, se deberá, además, presentar certificado expedido por el asegurador, en el que consten los importes y riesgos asegurados y la fecha de vencimiento del seguro, así como el documento de compromiso vinculante de suscripción, prórroga o renovación del seguro.

Para el caso del licitador que haya presentado la oferta económicamente más ventajosa, se le requerirá, además, para que presente la documentación la relativa a hallarse al corriente de las **obligaciones tributarias** y de la **Seguridad Social** conforme a la **cláusula 13.1.2.1**; relativa a la constitución de la **garantía definitiva** conforme a la **cláusula 13.1.2.2** y relativa a **adscripción de medios a la ejecución del contrato**. En relación a este último, se le requerirá para que presente una copia del **convenio colectivo** o acuerdo de carácter general que –en su caso- sea de aplicación a los trabajadores que realicen la actividad objeto del contrato y que se haya establecido en el **Anexo III: Declaración Responsable del Licitador**.

Todo ello, dentro del **plazo de diez (10) días hábiles** desde el siguiente a aquel en que haya recibido el requerimiento.

Si observase defectos materiales en la documentación presentada, se le notificará al licitador, dejando constancia de dicha notificación en el expediente, concediéndole un plazo no superior a **tres (3) días hábiles**³² para que lo subsane.

Al margen de la subsanación a que se refiere el párrafo anterior y a los efectos de completar la acreditación de la solvencia de los licitadores o de aquel que presente la oferta económicamente más ventajosa, se podrá recabar de éstos las **aclaraciones** que se estimen oportunas sobre las certificaciones y documentos presentados, así como requerirlos para la presentación de otros documentos complementarios, requerimiento que

³¹ Arts. 151, 155, 161 TRLCSP.

³² Art. 81 RG.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

deberá ser cumplimentado en el plazo máximo de cinco (5) días naturales, y siempre antes de la propuesta de adjudicación.

Ahora bien, si la documentación contuviese defectos sustanciales o deficiencias materiales no subsanables, no será propuesto como adjudicatario.

De no cumplimentarse adecuadamente el requerimiento en el plazo señalado, se entenderá que el licitador ha retirado su oferta, procediéndose en ese caso a recabar la misma documentación al licitador siguiente, por el orden en que hayan quedado clasificadas las ofertas.

La presentación de la citada documentación, a estos efectos, se realizará conforme a lo establecido en las **cláusulas 10.1. y 10.2.** relativas al **lugar, plazo y forma** de presentación de las proposiciones.

La Mesa de contratación, tras solicitar en su caso, los informes técnicos que estime oportunos, elevará al órgano de contratación la **propuesta de adjudicación razonada** que estime adecuada, que incluirá en todo caso la ponderación de los criterios indicados en la **cláusula 8.2** del presente pliego, todo ello conforme a la **Instrucción Primera** del apartado relativo a **Contratación** de las **Instrucciones Internas de Contratación** aprobadas por **PROMOTUR**, en lo relativo a la **contratación mayor**.

Dicha propuesta no crea derecho alguno mientras el órgano de contratación no dicte el acuerdo de adjudicación.

13.1.2. Documentación necesaria para ser adjudicatario.

El órgano de contratación requerirá al licitador propuesto como adjudicatario para que, dentro del **plazo de diez (10) días hábiles** desde el siguiente a aquel en que haya recibido el requerimiento, presente la documentación necesaria para ser adjudicatario.

Este requerimiento podrá acumularse a aquél establecido en la **cláusula 13.1.1** a los licitadores o aquel que presente la oferta económicamente más ventajosa antes de ser propuesto como adjudicatario, dándole idéntico plazo.

La presentación, subsanaciones o aclaraciones de la documentación, así como los efectos de su incumplimiento se registrarán por lo establecido en la **cláusula 13.1.1..**

Dicha documentación necesaria para ser adjudicatario del contrato es la siguiente:

- De **hallarse al corriente en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias y con la Seguridad Social** en la forma que se establece en la **cláusula 13.1.2.1.**
- De haber constituido la **garantía definitiva** a que se refiere la **cláusula 13.1.2.2.**



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

13.1.2.1. Acreditación de estar al corriente de las Obligaciones Tributarias y con la Seguridad Social.

El licitador deberá acreditar que se encuentra al corriente en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias y con la Seguridad Social.

1.- La acreditación de estar al corriente en el cumplimiento de las **obligaciones tributarias** se realizará presentando la siguiente documentación, de acuerdo con los artículos 13 y 15 del Reglamento General de la LCAP:

- Último recibo del Impuesto sobre Actividades Económicas o el documento de alta en éste, cuando ésta sea reciente, y no haya surgido aún la obligación de pago. El alta deberá adjuntarse en todo caso cuando en el recibo aportado no conste el epígrafe de la actividad. Esta documentación deberá estar referida al epígrafe correspondiente al objeto del contrato que les faculte para su ejercicio en el ámbito territorial en que las ejercen, debiendo complementarse con una declaración responsable del licitador de no haberse dado de baja en la matrícula del citado Impuesto.
- Certificación administrativa expedida por el órgano competente de la Administración del **Estado**, por lo que respecta a las **obligaciones tributarias** con este último.
- Certificación administrativa expedida por el órgano competente de la Administración de la **Comunidad Autónoma de Canarias**, por lo que respecta a las **obligaciones tributarias** con la misma.

El licitador que no esté obligado a presentar todas o alguna de las declaraciones o documentos correspondientes a las obligaciones tributarias que se relacionan en el artículo 13 del Reglamento General de la LCAP, habrá de acreditar tal circunstancia mediante declaración responsable, firmada y sellada por el licitador o persona que lo represente.

2.- La acreditación de estar al corriente en el cumplimiento de las obligaciones con la **Seguridad Social** se realizará mediante certificación expedida por la autoridad administrativa competente. En el supuesto que haya de tenerse en cuenta alguna exención se habrá de acreditar tal circunstancia mediante declaración responsable.

Las certificaciones a que se refieren las cláusulas anteriores deberán ser expedidas de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 15 del Reglamento General de la LCAP y, en su caso, podrán ser remitidas al órgano de contratación por vía electrónica, de acuerdo con la normativa vigente aplicable al respecto.

No obstante lo anterior, el licitador propuesto como adjudicatario podrá solicitar que **PROMOTUR** obtenga de la Administración certificante la información que acredite que cumple las circunstancias indicadas, siempre que lo haya hecho contar y, así lo autorice en la **declaración responsable** a que se refiere la **cláusula 11.2.3.2** del presente pliego.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

Los extranjeros, sean personas físicas o jurídicas, pertenecientes o no a Estados miembros de la Unión Europea que no tengan domicilio fiscal en España, deberán presentar **certificación** expedida por autoridad competente en el país de procedencia, acreditativa de hallarse al corriente en el cumplimiento de las correspondientes obligaciones tributarias. Asimismo, habrán de presentar **certificación**, también expedida por autoridad competente, en la que se acredite que se hallan al corriente en el cumplimiento de las obligaciones sociales que se exijan en el país de su nacionalidad. Toda la documentación relacionada en este apartado habrá de referirse a los doce (12) últimos meses.

13.1.2.2. **Constitución de la garantía definitiva³³.**

El licitador propuesto como adjudicatario deberá acreditar, en el mismo plazo, la constitución de la garantía definitiva **por importe de:**

5 por 100 (5%) del importe de adjudicación del contrato, excluido el I.G.I.C.

No será precisa la constitución de la garantía reseñada en los párrafos anteriores cuando el licitador propuesto como adjudicatario hubiere constituido en el mismo plazo, o con anterioridad, garantía global por importe suficiente ante **PROMOTUR**, en los términos previstos en el artículo 98 del TRLCSP, y dicha garantía se encontrase vigente y efectiva.

La garantía podrá constituirse en metálico, mediante aval, en valores públicos o en valores privados, por contrato de seguro de caución, en la forma y condiciones establecidas en los artículos 55 y siguientes del Reglamento General de la LCAP. En caso de constituirse en metálico, el licitador deberá proceder a su pignoración a favor de **PROMOTUR** ante notario público.

Además, la **garantía podrá constituirse mediante retención de precio**, mediando solicitud efectuada al efecto y firmada por el licitador o su representante legal, conforme al modelo que se adjunta como **Anexo V: Modelo de solicitud y autorización de constitución de la garantía definitiva mediante retención de parte del precio del contrato** al presente pliego.

En el plazo de **quince días (15)**, contado desde la fecha en que se hagan efectivas, en su caso, las penalidades o indemnizaciones, el licitador propuesto como adjudicatario deberá reponer o ampliar la garantía constituida en la cuantía que corresponda, incurriendo, en caso contrario, en causa de resolución.

13.2. **Acuerdo de Adjudicación.**

El órgano de contratación deberá adjudicar el contrato dentro de los **cinco (5) días hábiles siguientes** a la recepción de la documentación, conforme al artículo 151.3 del TRLCSP.

La adjudicación deberá acomodarse a la **propuesta de la Mesa de contratación**, salvo que expresamente se justifiquen los motivos para apartarse de tal propuesta, o que ésta

³³ Arts. 95, 96, 99 TRLCSP.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

se haya efectuado con infracción del ordenamiento jurídico, en cuyo caso la convocatoria quedará sin efecto.

La adjudicación deberá dictarse en todo caso, siempre que alguna de las proposiciones presentadas reúna los requisitos exigidos en el presente pliego, no pudiendo en tal caso declararse **desierta** la licitación. No obstante, en los términos previstos en el artículo 155 de la TRLCSP, **PROMOTUR**, antes de dictar la adjudicación, podrá **renunciar** a celebrar el contrato o **desistir** del procedimiento tramitado, cuando éste adolezca de defectos no subsanables, debiendo indemnizar a los licitadores, en ambos casos, de los gastos que su participación en la licitación les hubiese efectivamente ocasionado, conforme a lo establecido en la **cláusula 14** relativo a la no formalización del contrato.

La adjudicación deberá notificarse a los licitadores y publicarse en el **Diario Oficial de la Unión Europea** y **perfil de contratante** del Gobierno de Canarias en la siguiente dirección web www.gobcan.es/perfildelcontratante/contenido/inicio.iface.³⁴.

La adjudicación del contrato deberá realizarse en todo caso en el plazo máximo de **tres (3) meses**³⁵ a contar desde la apertura de las proposiciones. Transcurrido el indicado plazo sin haberse dictado acuerdo sobre la adjudicación, los licitadores podrán retirar sus ofertas³⁶.

III.- FORMALIZACIÓN DEL CONTRATO

14. FORMALIZACIÓN DEL CONTRATO³⁷.

Una vez transcurrido los **quince (15) días hábiles** desde la notificación de la adjudicación sin que se haya interpuesto **recurso especial** en materia de contratación a que se refiere el artículo 40 del TRLCSP, se requerirá al adjudicatario para suscribir, dentro del plazo de cinco (5) días hábiles desde el siguiente a la recepción del requerimiento, el contrato privado sujeto a la legislación mercantil y civil en el que se recogerá como requisito el cumplimiento mínimo de las cláusulas recogidas en el presente **pliego de cláusulas administrativas y de prescripciones técnicas**, así como, de la **oferta presentada**, para lo que se unirá al contrato copia de los citados documentos.

Cuando el adjudicatario sea una Unión Temporal de Empresarios (U.T.E.), dentro del mismo plazo y con anterioridad a la firma del contrato, deberá aportar escritura pública de constitución como tal.

El documento en que se formalice el contrato será en todo caso privado.

Si por causa imputable al adjudicatario no pudiera formalizarse el contrato dentro del plazo indicado, **PROMOTUR** podrá acordar su resolución, siguiendo a tal efecto el procedimiento establecido en el derecho mercantil y civil. En tal supuesto, procederá la

³⁴ Art. 151.3 TRLCSP.

³⁵ Art. 161.2. TRLCSP

³⁶ Art. 161.4 TRLCSP.

³⁷ Art. 156 TRLCSP.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

indemnización de los daños y perjuicios ocasionados por parte del adjudicatario y/o **PROMOTUR** podrá acordar la incautación de la garantía constituida.

Si las causas de formalización fueren imputables a **PROMOTUR** por imposibilidad sobrevenida, se compensará al adjudicatario por los daños y perjuicios ocasionados en concepto de gastos que su participación en la licitación en los que hubiese incurrido y que sean debidamente justificados y acreditados, previa liquidación por parte de **PROMOTUR**, que no podrá ser superior al **0,1% del presupuesto de licitación correspondiente a cada lote**.

No podrá iniciarse la ejecución del contrato sin su previa formalización.

IV.-EJECUCIÓN DEL CONTRATO

15. SEGUIMIENTO Y CONTROL DE LA EJECUCIÓN DE LOS TRABAJOS OBJETO DEL CONTRATO: COMISIÓN DE SEGUIMIENTO³⁸.

La Dirección Técnica del proyecto se realizará a través de una **Comisión de Seguimiento** paritaria compuesta, al menos, por **Coordinador Técnico** designado por **PROMOTUR** y el **Director Técnico** designado por el adjudicatario. Ambos coordinarán periódicamente las actividades y darán las instrucciones necesarias para lograr sus objetivos.

Las decisiones acordadas en relación al seguimiento y control de los trabajos serán plenamente ejecutivas a los efectos del cumplimiento del contrato.

El Coordinador Técnico designado por **PROMOTUR** tendrá las funciones establecidas por el artículo 52 de la TRLCSP y será responsable de la supervisión, control y aprobación de los trabajos, así como determinar las correcciones que se estimen oportunas adoptadas en el seno de la Comisión de Seguimiento.

El Director Técnico del adjudicatario será el **Director de Cuentas** establecido en la **cláusula 31.1.1.1** y será el responsable técnico de la realización y ejecución de los trabajos objeto de contrato y será una persona con disponibilidad y responsabilidad suficiente dentro de la empresa para la toma de decisiones que se generen de la supervisión, seguimiento y control que realice **PROMOTUR**.

Tras la adjudicación del contrato, se procederá al nombramiento del Director Técnico por parte de la empresa adjudicataria, notificando tal circunstancia al Coordinador Técnico de **PROMOTUR**, para la formalización de la Comisión de Seguimiento.

El seguimiento y control de los trabajos se efectuará sobre las siguientes bases:

1.- Reuniones de seguimiento y revisiones técnicas periódicas de la Dirección Técnica del Proyecto mediante convocatoria de la Comisión de Seguimiento en cualquier

³⁸ Art. 52 TRLCSP.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

momento y durante el desarrollo de la prestación objeto de contrato a requerimiento de **PROMOTUR**.

En estas reuniones, la Comisión de Seguimiento planificará periódicamente las actuaciones a desarrollar y fijará las instrucciones necesarias para lograr los objetivos.

Las reuniones serán es **castellano**.

Tras las reuniones, de las que se levantará acta, el Coordinador Técnico designado por **PROMOTUR**, podrá rechazar en todo o en parte los trabajos realizados, en la medida que no respondan a lo acordado y establecido en el presente Pliego y en el contrato o que no superasen los controles de calidad.

Dicha acta será debidamente firmada por los miembros de la Dirección Técnica del proyecto a instancia del Coordinador Técnico. En la misma se hará expresa constancia de las circunstancias anómalas detectadas, su posible subsanación con fijación del plazo para ello y las posibles medidas a adoptar en caso de no ejecución de las subsanaciones detectadas en estricta relación a lo establecido en la **cláusula 19 y 20**.

Transcurrido el plazo establecido en el acta sin subsanación de las deficiencias detectadas podrá dar lugar a la consideración por parte de **PROMOTUR** del cumplimiento defectuoso del contrato o incumplimiento parcial de la ejecución y la adopción de las medidas establecidas en las cláusulas antes citadas.

2.- Elaboración de informes. Se podrán solicitar informes al Director Técnico por parte del Coordinador Técnico que deberán ser entregados en el plazo señalado al efecto sobre aspectos concretos reseñados en el presente pliego o en el contrato relativo a la realización y ejecución de los trabajos.

Los informes se redactarán en **castellano**.

16. OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA.

El contrato se ejecutará con estricta sujeción a las estipulaciones contenidas en el presente **Pliego de Cláusulas Administrativas** y observando fielmente lo establecido en las **Prescripciones Técnicas**, así como las instrucciones que, en su caso, le diere el responsable del contrato designado por el órgano de contratación.

Las obligaciones del contratista son:

16.1. Obligaciones Esenciales del contrato.

Se considerarán **obligaciones esenciales** del contrato las siguientes:

1) La obligación esencial de **adscripción de medios materiales y humanos** declarados y acreditados en la adjudicación, conforme a lo establecido en el artículo 64 del TRLCSP.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

Cuando el contrato se adjudique a una empresa en virtud del criterio preferencial previsto en la **cláusula 8.2.20** del presente pliego, el adjudicatario estará obligado a mantener la vigencia del porcentaje de contratos de trabajadores fijos discapacitado y/o la vigencia de la marca de excelencia o de las medidas para la igualdad de oportunidades acreditadas durante el tiempo que dure la ejecución de la prestación objeto del contrato adjudicado, o, en su caso, durante el plazo de garantía si la ejecución no se realizara en tracto sucesivo.

2) La obligación del cumplimiento de las disposiciones legales, reglamentarias y convencionales vigentes y que resulten de aplicación en materia laboral, de Seguridad Social y de seguridad y salud en el trabajo.

3) La empresa contratista durante la ejecución del contrato aplicará, a la totalidad de la plantilla adscrita al mismo, las condiciones de trabajo establecidas por el último convenio colectivo sectorial y territorial en vigor en el que se encuadre la prestación contractual o, en su caso, el convenio de empresa vigente que mejore lo dispuesto en el citado convenio colectivo, en cuyo caso aplicará el de empresa, de acuerdo con lo establecido en el **Anexo III: Declaración Responsable del Licitador**.

4) La empresa contratista deberá mantener las condiciones de trabajo de la plantilla adscrita al contrato, en su caso, durante toda su vigencia, incluidas las prórrogas, en los términos del convenio colectivo que resulte de aplicación conforme al párrafo anterior, aunque el mismo pierda posteriormente vigencia como consecuencia de la ultraactividad.

5) La obligación del mantenimiento de la plantilla adscrita al objeto del contrato, durante toda su vigencia, incluidas las prórrogas, sin que proceda suspensión o extinción de puestos de trabajo salvo por bajas voluntarias, despidos disciplinarios, disconformidad de la administración o modificación del contrato por razones de estabilidad presupuestaria.

6) La empresa contratista deberá, a lo largo de toda la ejecución del contrato, abonar a los trabajadores y trabajadoras el salario mensual, en la cuantía y en los periodos establecidos en el convenio colectivo de aplicación según la categoría profesional que corresponda, sin que en ningún caso el salario a abonar pueda ser inferior a aquel.

7) La empresa contratista deberá estar al corriente de pago de las nóminas del personal que participe en la ejecución del contrato. Se considerará que incumple la citada condición cuando se produzca el impago o un retraso en el abono de las nóminas en más de dos meses.

PROMOTUR podrá comprobar el estricto cumplimiento de los pagos que la empresa contratista ha de hacer a los trabajadores y trabajadoras que participen en la ejecución del contrato.

A tal efecto podrá exigir, junto a la factura mensual, una certificación emitida por la representación legal de la empresa acreditativa de que se encuentra al corriente en el



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

pago de las nóminas de acuerdo a las retribuciones fijadas en el convenio y la fecha en que fueron abonadas.

8) La empresa contratista deberá cumplir las **condiciones mínimas y de obligado cumplimiento para la ejecución del servicio** establecido en la **cláusula** **33.3.2.** No se encuentra el origen de la referencia.

9) Las obligaciones de mantener los compromisos medioambientales acreditados, durante el tiempo que dure la ejecución de la prestación objeto del contrato adjudicado, o, en su caso, durante el plazo de garantía si la ejecución no se realizara en tracto sucesivo.

10) La empresa contratista se compromete a ejecutar el contrato con criterios de equidad y transparencia fiscal, por lo que los ingresos o beneficios procedentes del presente contrato será íntegramente declarado y tributado conforme a la legislación fiscal vigente prohibiéndose expresamente la utilización de domicilios y su consiguiente tributación en algún país de la lista de paraísos fiscales establecida por la OCDE, bien sea de forma directa o a través de empresas filiales.

11) las obligaciones relativas a los pagos a proveedores que se contraten como consecuencia de la ejecución del contrato conforme a lo establecido en la **cláusula 33.3.2.**

El incumplimiento de tales condiciones será causa de resolución del contrato adjudicado.

La ejecución del contrato se realizará a riesgo y ventura del contratista³⁹.

16.2. Obligación de suministrar información por el contratista: Ley de Transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno.

El contratista está obligado a suministrar al órgano de contratación, previo requerimiento, y en un plazo de **diez (10) días**, toda la información necesaria para el cumplimiento de las obligaciones establecidas en la Ley de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno⁴⁰.

A estos efectos, una vez formalizado el contrato y antes de comenzar su ejecución, el contratista deberá designar, de entre los integrantes de su plantilla, la persona responsable del suministro de la información y comunicarlo al órgano de contratación junto con sus datos de contacto. La información deberá suministrarse por escrito acompañada de una **declaración responsable** del contratista en la que declare, bajo su responsabilidad, que son ciertos los datos aportados.

El incumplimiento del principio de veracidad al que está sujeta la información dará lugar a la exigencia de responsabilidad de acuerdo con lo previsto en el artículo 69.1 B) 2 b)

³⁹ Art. 199 TRLCSP.

⁴⁰ Artículo 4 de la Ley 19/2013, de 9 de diciembre (B.O.E. nº 295, de 10 de diciembre de 2013).



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

de la Ley 12/2014, de 26 de diciembre, de transparencia y de acceso a la información pública⁴¹.

La presentación podrá realizarse bien personalmente o bien mediante envío por correo o mensajería entregado dentro del plazo señalado. La presentación podrá realizarse igualmente mediante transmisión por medios electrónicos o telemáticos, siempre que tales medios estén respaldados por procedimientos que garanticen la autenticidad, confidencialidad de los documentos y el reconocimiento de su firma, de acuerdo con la normativa vigente al respecto. El incumplimiento de la obligación prevista en esta cláusula podrá dar lugar a la exigencia de responsabilidad de conformidad con lo previsto en el Título V de la Ley 12/2014, de 26 de diciembre, de transparencia y de acceso a la información pública de Canarias.

16.3. Otras obligaciones del contratista.

Será obligación del contratista indemnizar todos los daños y perjuicios que se causen, por sí o por personal o medios dependientes de éste, a terceros como consecuencia de las operaciones que requiera la ejecución del contrato. Cuando tales daños y perjuicios hayan sido ocasionados como consecuencia inmediata y directa de una orden de **PROMOTUR**, ésta será responsable dentro de los límites señalados en las leyes⁴².

El contratista será responsable, igualmente, de los daños y perjuicios que se originen durante la ejecución del contrato, tanto para **PROMOTUR** como para terceros, por defectos o insuficiencias técnicas de su trabajo, o por los errores materiales, omisiones e infracciones de preceptos legales o reglamentarios en los que el trabajo haya incurrido, de acuerdo con lo establecido en el artículo 305 de la TRLCSP. Si el contrato se ejecutara de forma compartida con más de un profesional, todos responderán solidariamente de las responsabilidades a que se refiere esta cláusula.

El contratista será responsable de las conductas antiéticas que acometa como consecuencia de su actividad, eximiendo de responsabilidad por daños y perjuicios a **PROMOTUR**.

El contratista deberá cumplir, bajo su exclusiva responsabilidad, las disposiciones vigentes en materia laboral, de seguridad social y de seguridad e higiene en el trabajo, debiendo tener a su cargo el personal necesario para la realización del objeto del contrato, respecto del que ostentará, a todos los efectos, la condición de empresario.

PROMOTUR adquirirá la **propiedad intelectual** del trabajo objeto del contrato desde su inicio, siendo responsabilidad del contratista los perjuicios que se puedan derivar contra tal derecho de propiedad por actuaciones a él imputables, todo ello conforme a lo establecido en la **cláusula 34**.

⁴¹ Ley 12/2014, de 26 de diciembre, de Transparencia y acceso a la información pública de Canarias. (B.O.C. nº 5, de 9 de enero de 2015).

⁴² Art. 198 TRLCSP.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

17. GASTOS E IMPUESTOS POR CUENTA DEL CONTRATISTA.

17.1. Gastos de publicación.

Son de cuenta del contratista todos los gastos derivados de la **publicación** de la licitación en boletines oficiales o en prensa o en cualquier medio que no tenga carácter gratuito y que se utilice para el cumplimiento del principio de publicidad.

Los citados gastos de publicación, en caso de incurrir en ellos, se descontarán en el primer pago efectuado a favor del contratista.

17.2. Tasas e impuestos.

Tanto en las proposiciones presentadas por los licitadores, como en los presupuestos de adjudicación, se entienden comprendidos todas las tasas e impuestos, directos e indirectos, y arbitrios municipales que graven la ejecución del contrato, que correrán por cuenta del contratista, salvo el Impuesto General Indirecto Canario (I.G.I.C.) o tributación indirecta que fuera de aplicación que deba ser soportado por **PROMOTUR**, que se indicará como partida independiente⁴³.

17.3. Otros gastos.

Se consideran también incluidos en la proposición del adjudicatario y en el precio del contrato, todos los gastos que resultaren necesarios para la ejecución del contrato o, en su caso, los gastos generales, financieros, beneficio, seguros, transportes y desplazamientos, honorarios del personal técnico a su cargo, de comprobación y ensayo, y tasas, sin que en ningún caso puedan repercutirse como partidas independientes.

18. ABONOS AL CONTRATISTA⁴⁴

18.1. Forma de realización del pago.

El pago del precio del contrato se realizará en función de los servicios a realizar y del presupuesto aceptado, contra factura, expedida de acuerdo con la normativa vigente, debidamente conformada previo informe favorable del Coordinador Técnico del Proyecto designado por **PROMOTUR**.

No se procederá al pago del precio –ni se devengarán intereses por demora- sin que previamente **PROMOTUR** muestre conformidad con la prestación ejecutada.

En todo caso, de acuerdo con lo descrito en la **cláusula 33** de las Prescripciones Técnicas.

18.2. Plazos.

⁴³ Art. 145.5 TRLCSP.

⁴⁴ Art. 216 TRLCSP.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

El pago se realizará conforme a lo establecido en la Ley 3/2004, de 29 de diciembre, de medidas de lucha contra la morosidad en las operaciones comerciales (artículo 4.1.), tras la presentación de la factura expedida de acuerdo con la normativa vigente, previa entrega del correspondiente informe y tras la conformidad del Coordinador Técnico del Proyecto designado por **PROMOTUR**.

Al existir este procedimiento de aceptación o comprobación mediante el cual debe verificarse la conformidad de los servicios con lo dispuesto en el contrato y si **PROMOTUR** recibe la factura antes de finalizar el periodo para realizar dicha aceptación, el plazo del pago que debe cumplir **PROMOTUR** se computará a partir del día de recepción de los servicios recibidos.

Tales abonos no implican que **PROMOTUR** haya aceptado la correcta ejecución de la prestación realizada durante el periodo a que se refiera el pago, pudiendo regularizarse posteriormente si después de realizado el pago, en el acto formal de recepción, se constatasen deficiencias imputables al contratista. En tal caso, **PROMOTUR** tendrá derecho a recuperar el precio ya abonado, bien aplicando el correspondiente descuento al hacer efectivos los siguientes pagos o bien al llevar a cabo la liquidación final del contrato. Asimismo, si en el momento de realizar la recepción definitiva se constatará el cumplimiento defectuoso de las prestaciones realizadas, **PROMOTUR** podrá imponer al contratista las penalizaciones previstas al efecto en el presente pliego en la **cláusula 20.1**.

18.3. Cesión del cobro.

El contratista podrá ceder a un tercero, por cualquiera de los medios legalmente establecidos, su derecho a cobrar el precio del contrato. Para que dicha cesión surta efectos y **PROMOTUR** expida el mandamiento de pago a favor del cesionario, es preciso que se le notifique fehacientemente a ésta última, el acuerdo de cesión⁴⁵.

⁴⁵ Art. 218 TRLCSP.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

19. CUMPLIMIENTO DE LOS PLAZOS⁴⁶.

19.1. Cumplimiento del plazo de ejecución.

El contratista queda obligado al cumplimiento del plazo de ejecución del contrato en los términos previstos en la **cláusula 7** del presente pliego.

19.2. Efectos de la demora.

Si llegado el final del trabajo, el contratista hubiere incurrido en demora, por causa imputable a éste, **PROMOTUR** podrá optar indistintamente, por la resolución del contrato con pérdida de la garantía constituida, o por la imposición de las penalidades diarias en la proporción de **0,20 euros**, por cada **1.000 euros** del precio del contrato.

Cada vez que las penalidades por demora alcancen un **múltiplo del 5 por 100 del precio** del contrato, el órgano de contratación estará facultado para proceder a su resolución, o acordar la continuidad de su ejecución con imposición de nuevas penalidades.

Esta misma facultad tendrá **PROMOTUR** respecto al incumplimiento por parte del contratista de los plazos parciales, o cuando la demora en el cumplimiento de aquéllos haga presumir razonablemente, la imposibilidad del cumplimiento del plazo total.

19.3. Derecho a indemnización.

La imposición de penalidad no excluye la indemnización a que pueda tener derecho **PROMOTUR** por los daños y perjuicios ocasionados por el retraso imputable al contratista, así como por incumplimiento.

19.4. Constitución en mora del contratista.

La constitución en mora del contratista no requerirá intimación previa por parte de **PROMOTUR**.

19.5. Retrasos no imputables.

Si se produjera retraso en el cumplimiento de los plazos por causas no imputables al contratista, **PROMOTUR** podrá a petición de éste o de oficio, conceder la prórroga por un tiempo igual al tiempo perdido, salvo que el contratista solicite otro menor, de acuerdo a lo dispuesto en el artículo 213.2 de la TRLCSP.

20. CUMPLIMIENTO DEFECTUOSO O INCUMPLIMIENTO PARCIAL DE LA EJECUCIÓN DEL OBJETO DEL CONTRATO.

20.1. Cumplimiento defectuoso del contrato.

En el caso de que el contratista realizara defectuosamente el objeto del contrato, el órgano de contratación podrá optar por resolver el contrato con incautación de la garantía

⁴⁶ Art. 212 TRLCSP.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

constituida, o bien imponer una penalización económica proporcional a la gravedad del incumplimiento, en una cuantía que podrá alcanzar el 10 por 100 del presupuesto del contrato⁴⁷.

Son causas de cumplimiento defectuoso las siguientes:

a) Aquellas relacionadas con la calidad de los trabajos desarrollados cuando la calidad de estos no se adecúe a la propuesta presentada por el contratista y/o a las especificaciones técnicas establecidas en los *briefs* elaborados por **PROMOTUR** o por el contratista para cada prestación.

b) Aquellos relacionados con el periodo de pago establecido en la **cláusula 33.3.2**.

En este caso, se considerará causa de cumplimiento defectuoso el incumplimiento de estas especificaciones técnicas en tres (3) o más ocasiones.

20.2. Incumplimiento parcial de la ejecución.

Cuando el contratista, por causas imputables a sí mismo, hubiere incumplido parcialmente la ejecución de las prestaciones definidas en el contrato, el órgano de contratación podrá optar, indistintamente, por su resolución, o imponer una penalidad por los daños causados⁴⁸, para lo cual, se deberá, entre otros, estar a lo dispuesto en la **cláusula 19** del presente pliego.

Son causas de incumplimiento parcial las siguientes:

a) La reiteración de los cumplimientos defectuosos establecidos en la **cláusula 20.1**.

b) Las causas establecidas en la **cláusula 25**.

V.-SUBCONTRATACIÓN Y CESIÓN DEL CONTRATO

21. SUBCONTRATACIÓN⁴⁹ Y CESIÓN DEL CONTRATO.

En la presente contratación no será posible la subcontratación de la ejecución parcial de prestaciones objeto del contrato.

Así mismo, si a lo largo del período de vigencia del contrato, **PROMOTUR** considerase oportuno ceder o subrogar el señalado contrato a favor de otras entidades, se garantizarán los derechos del adjudicatario y se realizará la novación del primitivo contrato conforme a las normas comunes del Derecho Civil.

VI.- MODIFICACIÓN DE CONTRATO

22. MODIFICACIÓN DEL CONTRATO.

⁴⁷ Art. 196.1 TRLCSP.

⁴⁸ Art. 196.7 TRLCSP.

⁴⁹ Art. 210 TRLCSP.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

El contrato sólo podrá modificarse en las condiciones y con los requisitos establecidos en los artículos 105, 106, 210, 219 y 305 de la TRLCSP.

En todo caso, la modificación del contrato, en virtud del artículo 105.2 de la TRLCSP no podrá realizarse:

- a) Con el fin de adicionar prestaciones complementarias a las inicialmente pactadas.
- b) Ampliar el objeto del contrato a fin de que pueda cumplir finalidades nuevas no contempladas en la documentación preparatoria del mismo y en concreto en la **cláusula 30**.
- c) Incorporar una prestación susceptible de utilización o aprovechamiento independiente.

De acuerdo con lo preceptuado en el artículo 106 de la TRLCSP, las condiciones en que se podrá modificar el contrato son las que se detallan a continuación:

- a) Insuficiencia de presupuesto antes de la expiración del plazo inicial del mismo cuando el contrato se está ejecutando a satisfacción de **PROMOTUR**.
- b) Conveniencia de incorporar **nuevas técnicas, tecnologías, metodologías, procesos o desarrollos de marketing o comunicación** que la mejoren notoriamente siempre que su consolidación o disponibilidad en el mercado se hayan producido con posterioridad a la adjudicación del contrato.
- c) Conveniencia de incorporar al objeto del contrato avances técnicos y tecnológicos (**B.A.T., Best Technology Available**) que produzcan una mejora notoria.
- d) Necesidad de ajustar la prestación a **determinaciones legales, en materia de publicidad, protección de consumidores y usuarios, datos personales, sociedad de la información y comercio electrónico, propiedad intelectual y/o industrial** o cualquier otra que pueda incidir en el objeto de contrato y/o especificaciones **técnicas, medioambientales, estéticas, de seguridad o de accesibilidad** aprobadas, comunicadas o impuestas con posterioridad a la adjudicación del contrato.
- e) Inadecuación del proyecto o de las especificaciones de la prestación a las estrategias de promoción turística derivadas de **cambios de los flujos o comportamientos turísticos** por motivos ajenos a **PROMOTUR** o modificaciones detectadas por el **Cuadro de Mandos** de la estrategia promocional de la marca Islas Canarias y/o fruto de la labor de investigación realizada por **PROMOTUR**
- f) Necesidad de adaptación del servicio a una **nueva estrategia de marketing y comunicación para la marca turística Islas Canarias** aprobada por



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

PROMOTUR o que incida en la marca turística a nivel autonómico, jerárquicamente superior o de obligado cumplimiento para **PROMOTUR**.

- g) Inadecuación de la prestación contratada para satisfacer las necesidades que pretenden cubrirse mediante el contrato debido a **errores u omisiones** padecidos en la redacción del proyecto o de las especificaciones técnicas.
- h) Inadecuación del proyecto o de las especificaciones de la prestación a las condiciones establecidas o prestadas por los medios contratados, debidas a condiciones técnicas, económicas o sociales debidamente notificadas a **PROMOTUR** que hagan necesaria la modificación de éste o éstas.
- i) Inadecuación del proyecto o de las especificaciones de la prestación por causas objetivas que determinen **su falta de idoneidad**, consistentes en circunstancias de tipo geológico, hídrico, arqueológico, medioambiental o similares, así como, aquellas **de índole técnico** sobrevenidas puestas de manifiesto con posterioridad a la adjudicación del contrato y que no fuesen previsibles con anterioridad aplicando toda la diligencia requerida de acuerdo con una buena práctica profesional en la elaboración del proyecto o en la redacción de las especificaciones técnicas.
- j) Fuerza mayor o caso fortuito que hiciesen imposible la realización de la prestación en los términos inicialmente definidos.

El **alcance y límites** de las modificaciones del contrato que puedan efectuarse, así como el porcentaje máximo que su importe pueda representar respecto al precio inicial del contrato, son los que se detallan a continuación:

- Las modificaciones no podrán alterar las condiciones esenciales de la licitación, entendidas éstas como las prescripciones técnicas básicas para la prestación del servicio, a excepción de las variaciones necesarias para la adaptación del objeto contratado a las condiciones establecidas en el apartado anterior y aquellas en las que se haya establecido su posible variación en el presente pliego.
- Las modificaciones podrán alcanzar el importe establecido en la **cláusula 8.1**.

La **forma para acordar las modificaciones** del contrato será mediante su comunicación al contratista, el cual podrá formular las consideraciones que estime conveniente. Acordada los términos de la modificación, ambas partes deberán suscribir la correspondiente modificación o novación del contrato.

Serán obligatorias para el contratista las modificaciones del contrato que se acuerden de conformidad con lo estipulado en esta cláusula y en los artículos 105 a 108 y 219 de la TRLCSP. En caso de supresión o reducción de las prestaciones a ejecutar, el contratista no tendrá derecho a reclamar indemnización alguna.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

Cuando las modificaciones supongan la introducción de nuevas unidades no previstas inicialmente, o cuyas características difieran de las previstas en el contrato, los precios a aplicar a las mismas serán fijados por **PROMOTUR**, previa audiencia del contratista. Si éste no aceptase los precios fijados, el órgano de contratación podrá contratarlas con otro empresario en los mismos precios que hubiese fijado.

23. SUSPENSIÓN DEL TRABAJO OBJETO DEL CONTRATO⁵⁰.

Si **PROMOTUR** acordara la suspensión del contrato o aquélla tuviere lugar por la aplicación de lo dispuesto en el artículo 216.5 de la TRLCSP y la **cláusula 18** del presente pliego, se levantará un acta en la que se consignarán las circunstancias que la han motivado, y la situación de hecho en la ejecución de aquél.

Acordada la suspensión, **PROMOTUR** abonará al contratista, en su caso, los daños y perjuicios efectivamente sufridos por éste, los cuales se cifrarán con arreglo a lo dispuesto en los apartados 2 y 3 del artículo 309 de la TRLCSP.

VII.-FINALIZACIÓN DEL CONTRATO

24. CUMPLIMIENTO DEL CONTRATO⁵¹.

24.1. Cumplimiento.

El contrato se entenderá cumplido por el contratista cuando éste haya realizado la totalidad de su objeto, de conformidad con lo establecido en el presente pliego y a satisfacción de **PROMOTUR**, así como, cuando se haya cumplido lo establecido en la **cláusula 7** relativa a la duración del contrato.

24.2. Imposibilidad de recepción.

Si los servicios no se hallan en condiciones de ser recibidos, se dejará constancia expresa de tal circunstancia y se darán las instrucciones precisas al contratista para que subsane los defectos observados, o proceda a una nueva ejecución de conformidad con lo pactado. Si pese a ello, los trabajos efectuados no se adecuan a la prestación contratada, como consecuencia de vicios o defectos imputables al contratista, **PROMOTUR** podrá rechazarla, quedando exenta de la obligación de pago, y teniendo derecho, en su caso, a la recuperación del precio satisfecho hasta entonces.

25. RESOLUCIÓN Y EXTINCIÓN DEL CONTRATO

25.1. Causas de resolución.

Además de en los supuestos de cumplimiento, el contrato se extinguirá por su resolución, acordada por la concurrencia de alguna de las causas previstas en los artículos 223 y 308 de la TRLCSP dando lugar a los efectos previstos en los artículos 224 y 309 de la TRLCSP.

Dichas causas pueden ser:

⁵⁰ Art. 220 TRLCSP y 103 RG.

⁵¹ Arts.222, 307 TRLCSP y arts.108, 203.2 y 204.3 RG.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

1.-Causas generales:

- a) Concurso o declaración de insolvencia del adjudicatario, así como incumplimiento de sus obligaciones con la Seguridad Social y todas aquellas causas que supongan incumplimiento de las obligaciones legales y específicamente las derivadas del derecho civil o laboral.
- b) Incurrir la empresa adjudicataria en causas penales, mediante auto de procesamiento contra la empresa o administradores de la misma.
- c) Desistimiento unilateral por parte de **PROMOTUR**, en cualquier momento de la duración del contrato, notificado al adjudicatario. Salvo que exista causa justificada, el contratista tendrá derecho:
 - Al **10 por 100** del precio, para el caso de los **servicios de planificación de publicidad nativa**, derivado de las mensualidades de honorarios para el Equipo Profesional Principal de la **cláusula 32.1.1** pendientes de prestación en concepto de beneficio dejado de obtener previo visto bueno y liquidación por parte de **PROMOTUR**. En ningún caso, dicha cantidad superará el **15 por 100** del importe del contrato.
 - Al **1% del importe del contrato** pendiente de ejecución para los **Servicios de Planificación de Medios b2c y Planificación de Social Media Paid, Planificación de medios b2b y Marketing ferrial**.
- d) Se considerará causa justificada la inexistencia sobrevenida de crédito sin derecho a indemnización para el contratista conforme a lo establecido en la **cláusula 5.3**.
- e) Incumplimiento por cualquiera de las partes de los compromisos respectivamente adquiridos, conforme a las reglas del seguimiento y control establecidos en el presente pliego, una vez transcurridos el plazo de quince días (15) hábiles, desde que se le hubiese requerido fehacientemente para el cumplimiento. El incumplimiento por una de las partes de los compromisos que le incumben conllevará, desde que aquél tenga lugar, la extinción de su derecho a recibir lo comprometido por la parte cumplidora, sin perjuicio de la exigibilidad de los daños y perjuicios que por tal incumplimiento se irroguen a ésta.
- f) Mutuo acuerdo entre las partes, siempre que no concurra otra causa de resolución. Cuando obedezca a mutuo acuerdo, se estará a lo válidamente estipulado entre las partes en el acuerdo pactado.

2.-Causas específicas:

- a) Cumplimiento defectuoso de las prestaciones que constituyen el objeto del contrato conforme a la **cláusula 20.1** o incumplimiento del compromiso de adscribir



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

determinados medios personales o materiales a su ejecución a que se refiere el artículo 64.2 de la TRLCSP.

A este respecto, se considerará dentro de éste último caso, el incumplimiento del compromiso de composición y dedicación del equipo profesional principal recogido en la oferta adjudicataria.

- b) Incumplimiento parcial de las prestaciones contratadas, conforme a lo establecido en la **cláusula 20.2**.

Se entenderán incluidas dentro de esta causa, las siguientes:

b.1.) El incumplimiento reiterado de las prescripciones técnicas que rigen la presente licitación.

Se considerará incluido, la no prestación por el contratista, por causas ajenas a **PROMOTUR**, de la totalidad de las prestaciones recogidas en la **cláusula 30.3 Objetos Específicos del Servicio**.

b.2.) La obstrucción a las facultades de dirección y seguimiento de **PROMOTUR**, entendidas como la reiterada obstrucción o falta de colaboración para hacer efectivas las facultades de dirección e inspección reconocidas a **PROMOTUR** en el presente pliego, previamente advertidas por escrito.

b.3.) Retrasos imputables al contratista en el plazo de ejecución total del contrato.

- c) La falsedad o inexactitud de los datos aportados en la oferta que no permite el cumplimiento del contrato en los términos comprometidos por la oferta presentada que forma parte integrante del contrato.
- d) El incumplimiento de las obligaciones esenciales del contrato, con especial atención a las condiciones sociales, éticas y medioambientales en los términos indicados en la **cláusula 16.1**.

La imposición de las penalidades establecidas en la **cláusula 19 y 20** no excluye la posibilidad de **PROMOTUR** de exigir al contratista la indemnización de daños y perjuicios ocasionados por los retrasos imputables e incumplimiento parcial de las prestaciones contratadas⁵².

Asimismo, serán causa de resolución del contrato, dando lugar a los efectos antes indicados, las causas previstas en el artículo 6 del **Decreto 87/1999, de 6 de mayo, por el que se regula la subcontratación en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Canarias**.

⁵² Art. 99.2. RG.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

25.2. Situación del personal encargado de los trabajos.

A la extinción de los contratos de servicios, no podrá producirse en ningún caso la consolidación de las personas que hayan realizado los trabajos objeto del contrato como personal de **PROMOTUR**⁵³.

26. GARANTÍA DEL RESULTADO DE LOS TRABAJOS REALIZADOS⁵⁴.

El contratista garantizará por **un (1) año como mínimo**, el resultado de los trabajos ejecutados, a contar desde la fecha de recepción de los mismos, obligándose a realizar durante dicho período los cambios necesarios para solventar las deficiencias detectadas imputables al adjudicatario si así se solicitara.

Durante la ejecución de los trabajos, el adjudicatario se compromete, en todo momento, a facilitar a las personas designadas por **PROMOTUR**, la información y documentación que estas soliciten para disponer de un pleno conocimiento de las circunstancias en las que se desarrollan los trabajos, así como de los posibles problemas que puedan plantearse y sus soluciones y de las tecnologías, métodos y herramientas utilizadas para resolverlos.

27. DEVOLUCIÓN O CANCELACIÓN DE LA GARANTÍA DEFINITIVA⁵⁵.

27.1. Cancelación o devolución total.

Cumplidas por el contratista las obligaciones derivadas del contrato, si no resultaren responsabilidades que hayan de ejercitarse sobre la garantía definitiva, y transcurrido el periodo de garantía, en su caso, se procederá a la devolución o cancelación de aquella.

27.2. Cancelación o devolución parcial.

En el supuesto de recepción parcial se autorizará la devolución o cancelación de la parte proporcional de la garantía, previa solicitud del contratista.

27.3. Supuesto de no recepción formal.

Transcurrido un año desde la fecha de terminación del contrato sin que la recepción formal hubiere tenido lugar por causas no imputables al contratista, se procederá, sin más demora, a la devolución o cancelación de las garantías, siempre que no se hayan producido las responsabilidades a que se refiere el artículo 100 de la TRLCSP.

Cuando el adjudicatario reúna los requisitos establecidos en el artículo 102.5 del TRLCSP, el plazo se reducirá a seis meses.

28. CONFIDENCIALIDAD.

El contratista mantendrá absoluta confidencialidad en todo lo referido a la documentación facilitada en la presente licitación, así como, al contrato.

⁵³ Art. 301.4 TRLCSP.

⁵⁴ Art. 222.3 y 307.2 TRLCSP.

⁵⁵ Art. 102 TRLCSP.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

El contratista se compromete a guardar la máxima reserva sobre la información y/o documentos que se le proporcionen o a los que tengan acceso como consecuencia de la ejecución del contrato, comprometiéndose a no divulgarlos, así como a no publicarlos ni directa ni indirectamente ponerlos a disposición de terceros sin el previo consentimiento previo y por escrito de la otra parte.

En particular, el contratista, como Parte Receptora aceptará y declarará que considera confidencial (en adelante, "Información Confidencial") toda la información, documentación, métodos, organización y actividades relacionadas con la otra parte o con su negocio, que obtengan o le sea expuesta por **PROMOTUR** (Parte Transmisora) con ocasión del desarrollo del contrato objeto de la presente licitación.

La Parte Receptora de la Información Confidencial se obliga a no emplear la Información Confidencial a otros efectos distintos de los derivados del contrato objeto de la licitación; así como a no revelarla, entregarla o suministrarla, ya sea en todo o en parte, a terceros, salvo que medie la autorización previa y por escrito de la Parte Transmisora de dicha Información Confidencial.

En caso de finalización del referido contrato, por cualquier causa que fuere, la Parte Receptora se obliga a hacer entrega de forma inmediata a la Parte Transmisora de toda la Información Confidencial que, como consecuencia del mismo, obre en su poder o en poder de sus empleados, sin que la Parte Receptora tenga derecho a retener copia alguna de la mencionada Información Confidencial.

No quedan comprendidas dentro de la obligación de confidencialidad aquí prevista la información recibida por una de las partes que:

- (i) ya sea conocida por tal parte antes de su transmisión y tal parte pueda justificar la posesión de la información;
- (ii) sea información de general o público conocimiento;
- (iii) haya sido recibida de terceros legítimos titulares de la misma, sin que recaiga sobre ella obligación de confidencialidad;
- (iv) haya sido desarrollada independientemente por la parte que la recibe sin haber utilizado total o parcialmente información de la otra parte;
- (v) haya sido su transmisión a terceros aprobada o consentida previamente y por escrito, con carácter general y sin restricciones, por la parte de la que procede la información; y/o
- (vi) haya sido solicitada por una autoridad administrativa o judicial. En este último caso, la Parte que reciba tal solicitud informará a la otra Parte con la mayor celeridad posible y siempre que la naturaleza de las actuaciones administrativas o judiciales lo permitan.

29. FUERO.

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 la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria, con renuncia a cualquier otro fuero que pudiera corresponderles.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

VIII.- PRESCRIPCIONES TÉCNICAS

30. OBJETO DEL SERVICIO.

El servicio objeto de contratación es la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas, acciones y contenidos de la marca turística Islas Canarias.

La contratación **se divide, en función de la adjudicación por lotes, en los siguientes servicios:**

30.1. Servicios objeto de contrato: Planificación de medios b2c.

El servicio objeto de contrato correspondiente al **Lote 1** es el servicio de planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios para la difusión de campañas, acciones y contenidos b2c en medios off-line y on-line, excepto en redes sociales.

Dicho objeto se divide en:

a) Planificación y contratación de espacios publicitarios.

Comprende el objeto del contrato la planificación y contratación de espacios publicitarios para la difusión de campañas y acciones en medios off-line y on-line (excepto en redes sociales, buscadores especializados).

Para cada campaña y acción y, a partir de la información proporcionada por **PROMOTUR**, el contratista presentará un plan de medios específico con información detallada de los canales, medios, soportes y/o modelos de contratación incluidos, además de su presupuesto y calendario de ejecución, que deberá ser aceptado expresamente por **PROMOTUR**, que podrá ordenar la inclusión de cualquier modificación que considere o solicitar al contratista la re-elaboración, parcial o total, del mismo.

La planificación podrá incluir, a solicitud de **PROMOTUR** y/o a iniciativa del contratista, cualquier tipo de medio: televisión, radio, prensa *on* y *off-line*, otros soportes on-line, exterior, soportes especiales, derechos de patrocinio, etc., incluyendo la especificación de soportes.

En función de los objetivos determinados por **PROMOTUR** para cada campaña, o acción publicitaria, el contratista propondrá, en cada caso, los modelos de contratación y retribución más eficaces.

PROMOTUR podrá solicitar cuantas correcciones entienda pertinentes hasta que los planes de medios se adapten a los requerimientos de **PROMOTUR**.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

PROMOTUR podrá ordenar al contratista la inclusión en los distintos planes de medios de cualquier medio, soporte, espacio o patrocinio que estime conveniente para cualquier campaña o acción programada o de manera independiente.

En el caso de que **PROMOTUR** asumiese la negociación de manera directa con un soporte o titular de derechos de patrocinio y obtuviese una oferta más ventajosa que la ofertada por la agencia adjudicataria, se aplicará la oferta obtenida por **PROMOTUR**.

PROMOTUR no estará obligado a ejecutar todos los planes de medios elaborados por la agencia adjudicataria, ni siquiera aquellos que esta haya generado a petición de **PROMOTUR**.

b) Ejecución de todos los servicios anexos a la planificación y contratación de espacios publicitarios.

Comprende el objeto del contrato la ejecución de los servicios necesarios para la idónea realización de las distintas campañas y acciones programadas, excepto la realización de las piezas, contenidos, creatividades y artes finales que las conformen en cada caso.

PROMOTUR entregará al contratista, de manera directa o a través de las agencias, empresas o profesionales designados para ello, los artes finales y demás materiales necesarios.

Para ello, el contratista remitirá información detallada para su elaboración ajustada a los formatos requeridos y atenderá cuántas solicitudes aclaratorias se estimen convenientes. Asimismo, el contratista será responsable del control de calidad técnico, no creativo, de las piezas, contenidos, creatividades y artes finales al fin de garantizar una idónea ejecución de la campaña o acción publicitaria.

Será obligación del contratista la revisión y conformación de la parametrización de la url de destino de las piezas que vayan a emplearse en medios digitales cuando ello sea de interés.

Excepcionalmente, **PROMOTUR** podrá solicitar al contratista la realización de las piezas que formen parte de la campaña o acción, especialmente cuando se trate de campañas o acciones propuestas por este.

Se incluyen en este servicio todas las prestaciones necesarias para la ejecución integral de cada campaña o acción en concreto, incluyendo todas las prestaciones accesorias que se deriven de misma.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

c) La realización de proyectos específicos de marketing y comunicación.

Comprende el objeto del contrato la realización de proyectos específicos de marketing y comunicación que, no hallándose comprendidos en los servicios anteriores, resulten de interés para **PROMOTUR**, incluidos todos los servicios accesorios y necesarios y cualquier servicio de agencia anexo.

PROMOTUR podrá solicitar cuantas correcciones entienda pertinentes hasta que las prestaciones o los entregables correspondientes a cada proyecto se adapten a las especificaciones del Proyecto y, en todos los casos, a la calidad requerida.

d) El asesoramiento experto para la mejora de la estrategia de comunicación y marketing.

Comprende el objeto del contrato el asesoramiento experto para la mejora de la estrategia de planificación de medios b2c de **PROMOTUR**. También incluye la coordinación de todos los servicios comprendidos en el objeto del contrato, conforme a la **cláusula 15** y todos aquellos servicios accesorios y necesarios y cualquier servicio de agencia anexo.

El contratista estará obligado a aportar un asesoramiento experto y continuado, en su ámbito de actividad, a los responsables de **PROMOTUR** orientado a la optimización de la promoción turística de las Islas Canarias.

30.2. Servicios objeto de contrato: Planificación de Social Media Paid.

El servicio objeto de contrato correspondiente al **Lote 2** es el Servicio de planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios para la difusión de campañas, acciones y contenidos en redes sociales y medios especiales on line como *on-line travel agencies*, buscadores especializados o análogos.

Dicho objeto de divide en:

a) Planificación y contratación de espacios publicitarios en redes sociales.

Comprende el objeto de contrato la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios para la difusión de campañas, acciones y contenidos en redes sociales y medios especiales on line como *on-line travel agencies*, buscadores especializados o análogos.

Para cada campaña y acción y a partir de la información proporcionada por **PROMOTUR**, el contratista presentará un plan específico con información detallada de los soportes y/o modelos de contratación incluidos, además de su presupuesto y calendario de ejecución, que deberá ser aceptado expresamente por **PROMOTUR**, quién podrá ordenar la inclusión de cualquier modificación que considere o solicitar al contratista la re-elaboración, parcial o total, del mismo.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

La planificación podrá incluir, a solicitud de **PROMOTUR** y/o a iniciativa del contratista, cualquier tipo de red social, buscador u online travel agency.

En función de los objetivos determinados por **PROMOTUR** para cada campaña o acción publicitaria, el contratista propondrá, en cada caso, los modelos de planificación, contratación y retribución más eficaces.

PROMOTUR podrá solicitar cuantas correcciones entienda pertinentes hasta que los planes se adapten a los requerimientos de **PROMOTUR**.

PROMOTUR podrá solicitar al contratista la inclusión en los distintos planes de medios de cualquier medio, soporte, espacio o patrocinio que estime conveniente para la mejora de la campaña y acción programada o de manera independiente,

En el caso de que **PROMOTUR** asumiese la negociación de manera directa con una red social, buscador u online travel agency y obtuviese una oferta más ventajosa que la ofertada por la agencia adjudicataria, se aplicará la oferta obtenida por **PROMOTUR**.

PROMOTUR no estará obligado a ejecutar todos los planes elaborados por la agencia adjudicataria, ni siquiera en aquellos que este haya generado a petición de **PROMOTUR**.

b) Ejecución de todos los servicios anexos a la planificación y contratación de espacios publicitarios.

Comprende el objeto de contrato la ejecución de los servicios necesarios para la idónea realización de las distintas campañas y acciones programadas, excepto la realización de las piezas, contenidos, creatividades y artes finales que conformen la campaña, promoción o acción publicitaria en cada caso.

PROMOTUR entregará al contratista, de manera directa o a través de las agencias, empresas o profesionales designados para ello, los materiales citados.

El contratista remitirá información detallada para su elaboración ajustada a los formatos requeridos y atenderá cuántas solicitudes aclaratorias se estimen convenientes. Asimismo, el contratista será responsable del control de calidad técnico, no creativo, de las piezas, contenidos, creatividades y artes finales al fin de garantizar una idónea ejecución de la campaña o acción publicitaria.

Será obligación del contratista la revisión y conformación de la parametrización de la url de destino de las piezas que vayan a emplearse en medios digitales cuando ello sea de interés.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

Excepcionalmente, **PROMOTUR** podrá solicitar al contratista la realización de las piezas que formen parte de la campaña o acción, especialmente cuando se trate de campañas o acciones propuestas por este.

Se incluyen en este servicio todas las prestaciones necesarias para la ejecución integral de cada campaña o acción en concreto, incluyendo todas las prestaciones accesorias que se deriven de misma.

c) La realización de proyectos específicos de marketing y comunicación.

Comprende el objeto del contrato la realización de proyectos específicos de marketing y comunicación que, no hallándose comprendidos en los servicios anteriores, resulten de interés para **PROMOTUR**, incluidos todos los servicios accesorios y necesarios y cualquier servicio de agencia anexo.

PROMOTUR podrá solicitar cuantas correcciones entienda pertinentes hasta que las prestaciones o los entregables correspondientes a cada proyecto se adapten a las especificaciones del Proyecto y, en todos los casos, a la calidad requerida

d) El asesoramiento experto para la mejora de la estrategia de comunicación y marketing.

Comprende el objeto del contrato el asesoramiento experto para la mejora de la estrategia de *social media paid* de **PROMOTUR**. También incluye la coordinación de todos los servicios comprendidos en el objeto del contrato, conforme a la **cláusula 15** y todos aquellos servicios accesorios y necesarios y cualquier servicio de agencia anexo.

El contratista estará obligado a aportar un asesoramiento experto y continuado, en su ámbito de actividad, a los responsables de **PROMOTUR** orientado a la optimización de la promoción turística de las Islas Canarias.

30.3. Servicios objeto de contrato: Planificación de publicidad nativa.

El servicio objeto de contrato correspondiente al **Lote 3** es el servicio de brand journalism y planificación, contratación y gestión de campañas y acciones de publicidad nativa para las marcas turísticas Islas Canarias y Turismo de Islas Canarias

Dicho objeto de divide en:

a) La ideación y creación de contenidos periodísticos.

Comprende el objeto del contrato la ideación y creación de contenidos de tipo informativo o periodístico en todo tipo de formatos, aunque preferentemente redaccionales, para su difusión a través de medios propios y ganados a partir de los objetivos de comunicación, marketing y de negocio que **PROMOTUR**



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

determine en cada caso, incluidos todos los servicios accesorios y necesarios y cualquier servicio de agencia anexo.

Los contenidos deberán ser concebidos, principalmente, para una óptima difusión a través de medios ganados y la generación de *publicity y/o engagement* en torno a la marca Islas Canarias en sus distintos mercados y segmentos meta. Para ello, el contratista deberá tener capacidad para elaborar contenidos plenamente adaptados a las diferentes audiencias e idiomas, sin que esta necesidad pueda ser resuelta, salvo de manera puntual, mediante la mera traducción de los mismos. **PROMOTUR** podrá solicitar, sin coste, la traducción de los contenidos elaborados en otros idiomas al castellano o al inglés al objeto de controlar su calidad y podrá solicitar cuantas correcciones entienda pertinentes hasta que los entregables generados en la creación de contenidos se adapten a las especificaciones establecidas en el brief correspondiente o, en su caso, a la calidad requerida por **PROMOTUR**.

En algunos casos, los contenidos deberán optimizarse para su difusión a través de los medios propios de **PROMOTUR**.

Se excluyen expresamente los contenidos de naturaleza corporativa y los contenidos de carácter profesional o técnico. Sin embargo, en escenarios o situaciones de crisis de reputación para la marca Islas Canarias, el contratista deberá planificar, elaborar y distribuir contenidos dirigidos a aminorar los posibles impactos negativos de dichos escenarios. Para ello, se determinará, en cada caso, la estrategia de gestión de crisis a seguir de manera conjunta entre **PROMOTUR** y el contratista en base al Manual de Gestión de Crisis de la marca Islas Canarias.

Los contenidos no estarán vinculados, ni total ni parcialmente, a la generación de campañas y acciones de comunicación o marketing de la marca Islas Canarias, sino a sus atributos, valores y recursos.

Para cada trimestre, el contratista presentará una propuesta de plan editorial con información de los contenidos a elaborar, además de su presupuesto y calendario de ejecución. Este plan trimestral deberá ser aceptado expresamente por **PROMOTUR**, quién podrá ordenar la inclusión de cualquier modificación que considere o solicitar al contratista en cualquier momento la re-elaboración, parcial o total, del mismo.

En el caso de nuevos contenidos no propuestos por la agencia adjudicataria, **PROMOTUR** entregará a la agencia un brief que describa los elementos básicos a tener en cuenta. Cuando las propuestas sean por iniciativa del contratista, estas deberán enmarcarse en el marco estratégico formulado por **PROMOTUR** y en el plan de acción definido para el ejercicio en curso.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

PROMOTUR no estará obligado a aceptar todas las propuestas de contenidos del contratista, ni siquiera todas aquellas que éste haya generado a petición de **PROMOTUR**.

b) ***La distribución de contenidos a través de medios ganados.***

Comprende el objeto del contrato la distribución de los contenidos generados, y de aquellos aportados a tal fin por **PROMOTUR**, a través de medios ganados tanto *on-line* como *off-line* (publicaciones, blogs, redes sociales y otros) identificados como de interés para la generación de publicity y/o engagement en torno a la marca Islas Canarias en sus distintos mercados y segmentos meta.

Para la optimización de esta distribución, la agencia contratista deberá tener capacidad para la ideación y creación de contenidos relevantes tanto para los citados medios como para sus audiencias. Además, deberá ser capaz de identificar influencers, prescriptores, periodistas y medios de comunicación de interés para la marca turística Islas Canarias y gestionar eficazmente las relaciones que se deriven de esta identificación con el mismo objetivo. Se incluye expresamente en este servicio la atención a las demandas de información y de contenidos y solicitudes de colaboración para la realización de visitas a las Islas Canarias y/o para la producción de reportajes, programas, publicaciones, etc., si bien no está incluida la organización en su caso, de estos viajes.

Al contratista le corresponde el seguimiento y medición de las distintas actuaciones ejecutadas con el objetivo de garantizar su correcta realización, apoyar la consecución de sus objetivos y optimizar la eficiencia de la inversión.

c) ***La ideación de campañas y acciones de publicidad nativa.***

Comprende el objeto del contrato la ideación y creatividad de campañas y acciones de publicidad nativa que aporten notoriedad y diferenciación a la marca turística Islas Canarias a partir de los objetivos de comunicación, marketing y de negocio que **PROMOTUR** determine en cada caso, incluidos todos los servicios accesorios y necesarios y cualquier servicio de agencia anexo. Para la marca Islas Canarias, las acciones de publicidad nativa tienen un carácter complementario pero diferenciado a la distribución de contenidos a través de medios ganados

El contratista estará obligado a generar un alto número de propuestas para la realización de múltiples y diferenciadas campañas y acciones a lo largo del periodo de ejecución del contrato, ya sea a petición de **PROMOTUR** o de manera proactiva, plenamente adaptadas, en cada caso, a los segmentos objetivo y/o mercados meta designados.

Las campañas y acciones no estarán vinculadas, ni total ni parcialmente, a otras campañas y acciones de comunicación o marketing de la marca Islas Canarias, sino a sus atributos, valores y recursos.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

Para la generación de propuestas a petición de **PROMOTUR**, esta entregará a la agencia un brief que describa los objetivos perseguidos, las rutas estratégicas a desarrollar, los targets objetivo, los mercados meta, las fechas de implementación, el presupuesto estimativo y otras informaciones necesarias. Cuando sean propuestas generadas por iniciativa del contratista, estas deberán enmarcarse en el marco estratégico formulado por **PROMOTUR** y en el plan de acción definido para el ejercicio en curso.

PROMOTUR no estará obligado a aceptar y ejecutar todas las propuestas presentadas por el contratista, ni siquiera todas aquellas que este haya generado a petición de **PROMOTUR**.

d) ***Ejecución de todos los servicios anexos a la realización de contenidos, campañas y acciones.***

Comprende el objeto del contrato la ejecución de todos los servicios necesarios para la idónea realización de los distintos contenido, campañas y acciones, incluida, en su caso, la realización de las piezas, contenidos, creatividades y artes finales que las conformen y, especialmente, la negociación y contratación de medios para su desarrollo.

El contratista será responsable, en todos los casos, de la supervisión y control de las piezas, contenidos, creatividades y artes finales que conformen la campaña, a fin de garantizar su idónea ejecución y su alineación a la estrategia de la marca Islas Canarias.

Será obligación del contratista la revisión y conformación de la parametrización de la url de destino de las piezas que vayan a emplearse en medios digitales cuando ello sea de interés. Asimismo, le corresponde el seguimiento y medición de las distintas actuaciones ejecutadas con el objetivo de garantizar su correcta realización, apoyar la consecución de sus objetivos y optimizar la eficiencia de la inversión.

Se incluyen en este servicio todas las prestaciones necesarias para la ejecución integral de cada campaña o acción en concreto, incluyendo todas las prestaciones accesorias que se deriven de misma.

En concreto, la prestación de este servicio incluye la negociación y contratación de medios y cualesquiera otras prestaciones vinculadas a su planificación y ejecución. Igualmente, incluye la recepción, evaluación, gestión y, en su caso, realización de ofertas de publicidad nativa y similares recibidas en **PROMOTUR**.

PROMOTUR no estará obligado a aceptar y ejecutar todas las propuestas de acciones de publicidad nativa presentadas por el contratista, ni siquiera todas aquellas que este haya generado a petición de **PROMOTUR**.

e) ***Seguimiento de Medios.***



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

Comprende el objeto de contrato el seguimiento de informaciones sobre las marcas Islas Canarias y Turismo de Islas Canarias en medios de comunicación y otros soportes. En escenarios, potenciales o efectivos, de crisis de reputación para Islas Canarias el seguimiento seguirá pautas específicas que faciliten a **PROMOTUR** información suficiente para establecer actuaciones de reacción.

La empresa contratista deberá desarrollar un sistema de seguimiento que permita a **PROMOTUR** conocer y evaluar la repercusión mediática de las marcas Islas Canarias y Turismo de Islas Canarias. Cuando no la realice directamente, la empresa adjudicataria deberá identificar en la propuesta los proveedores a los que contratará el sistema de seguimiento propuesto de manera total o parcial. En todo caso, los costes de dicha contratación serán asumidos íntegramente por el contratista. Excepcionalmente, **PROMOTUR** podrá asumir los costes de contratación de la realización de seguimientos singulares por su especificidad o complejidad.

f) ***La realización de proyectos específicos de marketing y comunicación.***

Comprende el objeto del contrato la realización de proyectos específicos de marketing y comunicación que, no hallándose comprendidos en los servicios anteriores, resulten de interés para **PROMOTUR**, incluidos todos los servicios accesorios y necesarios y cualquier servicio de agencia anexo.

PROMOTUR podrá solicitar cuantas correcciones entienda pertinentes hasta que las prestaciones o los entregables correspondientes a cada proyecto se adapten a las especificaciones del Proyecto y, en todos los casos, a la calidad requerida.

g) ***El asesoramiento experto para la mejora de la estrategia de comunicación y marketing.***

Comprende el objeto del contrato el asesoramiento experto para la mejora de la estrategia de *brand journalism* y publicidad nativa de **PROMOTUR**. También incluye la coordinación de todos los servicios comprendidos en el objeto del contrato, conforme a la **cláusula 15** y todos aquellos servicios accesorios y necesarios y cualquier servicio de agencia anexo.

El contratista estará obligado a aportar un asesoramiento experto y continuado, en su ámbito de actividad, a los responsables de **PROMOTUR** orientado a la optimización de la promoción turística de las Islas Canarias.

30.4. Servicios objeto de contrato: Planificación de medios b2b.

El servicio objeto de contrato correspondiente al **Lote 4** es la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios para la difusión de campañas, acciones y contenidos de carácter profesional (b2b) y corporativo en medios *off-line* y *on-line*.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

Dicho objeto se divide en:

a) Planificación y contratación de espacios publicitarios.

Comprende el objeto del contrato la planificación y contratación de espacios publicitarios para la difusión de campañas, acciones y contenidos de carácter profesional (b2b) y corporativo en medios off-line y on-line.

Para cada campaña y acción y, a partir de la información proporcionada por **PROMOTUR**, el contratista presentará un plan de medios específico con información detallada de los canales, medios, soportes y/o modelos de contratación incluidos, además de su presupuesto y calendario de ejecución, que deberá ser aceptado expresamente por **PROMOTUR**, que podrá ordenar la inclusión de cualquier modificación que considere o solicitar al contratista la re-elaboración, parcial o total, del mismo.

La planificación podrá incluir, a solicitud de **PROMOTUR** y/o a iniciativa del contratista, cualquier tipo de medio: televisión, radio, prensa *on* y *off-line*, otros soportes on-line, exterior, soportes especiales, derechos de patrocinio, etc., incluyendo la especificación de soportes.

En función de los objetivos determinados por **PROMOTUR** para cada campaña, o acción publicitaria, el contratista propondrá, en cada caso, los modelos de contratación y retribución más eficaces.

PROMOTUR podrá solicitar cuantas correcciones entienda pertinentes hasta que los planes de medios se adapten a los requerimientos de **PROMOTUR**.

PROMOTUR podrá ordenar al contratista la inclusión en los distintos planes de medios de cualquier medio, soporte, espacio o patrocinio que estime conveniente para cualquier campaña o acción programada o de manera independiente.

En el caso de que **PROMOTUR** asumiese la negociación de manera directa con un soporte o titular de derechos de patrocinio y obtuviese una oferta más ventajosa que la ofertada por la agencia adjudicataria, se aplicará la oferta obtenida por **PROMOTUR**.

PROMOTUR no estará obligado a ejecutar todos los planes de medios elaborados por la agencia adjudicataria, ni siquiera aquellos que esta haya generado a petición de **PROMOTUR**.

b) Ejecución de todos los servicios anexos a la planificación y contratación de espacios publicitarios.

Comprende el objeto del contrato la ejecución de los servicios necesarios para la idónea realización de las distintas campañas y acciones programadas,



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

excepto la realización de las piezas, contenidos, creatividades y artes finales que las conformen en cada caso.

PROMOTUR entregará al contratista, de manera directa o a través de las agencias, empresas o profesionales designados para ello, los artes finales y demás materiales necesarios.

Para ello, el contratista remitirá información detallada para su elaboración ajustada a los formatos requeridos y atenderá cuántas solicitudes aclaratorias se estimen convenientes. Asimismo, el contratista será responsable del control de calidad técnico, no creativo, de las piezas, contenidos, creatividades y artes finales al fin de garantizar una idónea ejecución de la campaña o acción publicitaria.

Será obligación del contratista la revisión y conformación de la parametrización de la url de destino de las piezas que vayan a emplearse en medios digitales cuando ello sea de interés.

Excepcionalmente, **PROMOTUR** podrá solicitar al contratista la realización de las piezas que formen parte de la campaña o acción, especialmente cuando se trate de campañas o acciones propuestas por este.

Se incluyen en este servicio todas las prestaciones necesarias para la ejecución integral de cada campaña o acción en concreto, incluyendo todas las prestaciones accesorias que se deriven de misma.

c) *La realización de proyectos específicos de marketing y comunicación.*

Comprende el objeto del contrato la realización de proyectos específicos de marketing y comunicación que, no hallándose comprendidos en los servicios anteriores, resulten de interés para **PROMOTUR**, incluidos todos los servicios accesorios y necesarios y cualquier servicio de agencia anexo.

PROMOTUR podrá solicitar cuantas correcciones entienda pertinentes hasta que las prestaciones o los entregables correspondientes a cada proyecto se adapten a las especificaciones del Proyecto y, en todos los casos, a la calidad requerida.

d) *El asesoramiento experto para la mejora de la estrategia de comunicación y marketing.*

Comprende el objeto del contrato el asesoramiento experto para la mejora de la estrategia de planificación de medios b2b de **PROMOTUR**. También incluye la coordinación de todos los servicios comprendidos en el objeto del contrato, conforme a la **cláusula 15** y todos aquellos servicios accesorios y necesarios y cualquier servicio de agencia anexo.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

El contratista estará obligado a aportar un asesoramiento experto y continuado, en su ámbito de actividad, a los responsables de **PROMOTUR** orientado a la optimización de la promoción turística de las Islas Canarias.

30.5. Servicios objeto de contrato: Marketing ferial.

El servicio objeto de contrato correspondiente al **Lote 5** es el Servicio de planificación, contratación y gestión de proyectos de marketing ferial, en especial el diseño y construcción de stands y la organización y contratación de todos los servicios anexos a la participación de **PROMOTUR** en certámenes feriales.

Dicho objeto de divide en:

a) *Diseño de stands, exposiciones y otras construcciones efímeras.*

Comprende el objeto del contrato el diseño de stands y otras construcciones efímeras, incluyendo todos los trabajos gráficos necesarios para desarrollar el concepto creativo global del stand, exposición o construcción efímera y de todos sus detalles constructivos y de equipamiento. El diseño incluye todas las determinaciones necesarias para la realización integral de éstos, incluso por terceros sin participación del contratista. Por ello, cada proyecto de diseño deberá incluir una memoria constructiva y de materiales, así como presupuesto para su realización integral.

Para cada proyecto de diseño y, a partir del brief proporcionado por **PROMOTUR**, el contratista presentará un boceto aproximado del diseño propuesto y una vez aprobado este por parte de **PROMOTUR**, desarrollará un proyecto de diseño completo con el contenido indicado, que deberá ser aceptado expresamente por **PROMOTUR**, que podrá ordenar la inclusión de cualquier modificación que considere o solicitar al contratista la re-elaboración, parcial o total, del mismo.

Los proyectos de diseño estarán siempre orientados a la optimización de la inversión y a la reutilización de los elementos proyectados.

PROMOTUR podrá solicitar cuantas correcciones entienda pertinentes hasta que los proyectos de diseño se adapten a sus requerimientos y podrá ordenar al contratista la inclusión de los equipamientos y elementos que considere.

PROMOTUR no estará obligado a ejecutar todos los proyectos de diseño elaborados por el adjudicatario, ni siquiera aquellos que esta haya generado a petición de **PROMOTUR**.

Se excluye expresamente del servicio de diseño la realización de fotografías, ilustraciones, imágenes audiovisuales, contenidos redaccionales y programación de piezas y soportes digitales.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

b) Realización integral

El servicio de realización integral incluye la construcción y/o montaje de todos los elementos que componen cada stand, exposición o construcción efímera, incluido el equipamiento necesario para su funcionamiento (mobiliario, equipos audiovisuales, informáticos y de comunicaciones, o equivalente inherente a su plena funcionalidad), su decoración y rotulación, el tratamiento, adaptación, impresión y montaje del material gráfico y audiovisual, además de su posproducción, y cualesquiera otros trabajos o prestaciones necesarias para la realización integral del stand, exposición o construcción.

Los trabajos de realización integral de stands, exposiciones y construcciones efímeras deberán adecuarse, en cada caso, al proyecto de diseño correspondiente aprobado por **PROMOTUR**. Cualquier variación a este respecto deberá ser aprobada expresamente por **PROMOTOR**.

Será imprescindible que un porcentaje mayoritario de los trabajos de realización integral, especialmente en lo concerniente a la construcción y montaje sean ejecutados, por el contratista, con medios propios al objetivo de garantizar un desempeño eficiente.

Los trabajos de realización integral estarán siempre orientados a la optimización de la inversión y a la reutilización de los elementos proyectados.

PROMOTUR podrá solicitar al contratista la inclusión de variaciones del servicio de realización integral contratado durante el periodo de duración de la prestación del servicio. Dichas variaciones serán aceptadas por el contratista si fueran técnica y económicamente viables al momento de su requerimiento.

Además, el servicio de realización incluye:

- Mantenimiento permanente y de limpieza diaria del stand, exposición o construcción efímera mientras estén operativos de manera que se garantice en todo momento, sus perfectas condiciones técnicas y estéticas. En caso de reparación de cualquier desperfecto que pudiera producirse, el contratista asumirá íntegramente el coste de dichas reparaciones.
- Gestión de conexiones a la red de energía eléctrica, tomas de agua, líneas de teléfono, conexiones y acceso a Internet, así como, canon de montaje, incluidas las gestiones necesarias para la contratación y efectividad de estos servicios y suministros en nombre de **PROMOTUR**.
- Verificación de que la resistencia separada por elementos constructivos y la protección de la instalación eléctrica cumple la legislación vigente, así como, la adopción de todas las medidas reglamentarias establecidas en materia de seguridad y prevención de accidentes, debiendo suscribir seguros de Responsabilidad Civil.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

- Servicio técnico necesario para la gestión y control de los equipos audiovisuales, informáticos y de comunicaciones.
- Desmontaje de todos los elementos y equipamientos que formaran parte del stand, exposición o construcción efímera.

c) ***Ejecución de todos los servicios anexos a la participación de PROMOTUR en ferias y otros eventos.***

Comprende el objeto del contrato la prestación de los servicios que sean requeridos por **PROMOTUR** vinculados a su participación en certámenes feriales y otros eventos:

- Gestión y/o contratación de cánones, permisos, seguros y demás requisitos exigidos por los organizadores feriales y similares, cedentes del suelo y demás entidades intervinientes, incluida la obtención de pases de montaje y desmontaje.
- Contratación y gestión de espacios, carpas y stands.
- Adquisición de las acreditaciones a ferias y eventos para el personal de **PROMOTUR** y sus colaboradores.
- Gestión, reserva y contratación de alojamiento y desplazamientos para personal de **PROMOTUR** y colaboradores.
- Contratación personal auxiliar (traductores/intérpretes, servicio de protocolo, camareros, cocineros, azafatos y otros profesionales vinculados a la organización de eventos).
- Contratación servicios de transfers, catering, hostelería, limpieza, animación, decoración y otros análogos.
- Gestión y contratación de registros, seguros y depósitos.
- Contratación y gestión de cualesquiera otros servicios y productos vinculados a la participación u organización por parte de **PROMOTUR** en certámenes feriales y otros eventos.

d) ***La realización de proyectos específicos de marketing y comunicación.***

Comprende el objeto del contrato la realización de proyectos específicos de marketing y comunicación que, no hallándose comprendidos en los servicios anteriores, resulten de interés para **PROMOTUR**, incluidos todos los servicios accesorios y necesarios y cualquier servicio de agencia anexo.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

PROMOTUR podrá solicitar cuantas correcciones entienda pertinentes hasta que las prestaciones o los entregables correspondientes a cada proyecto se adapten a las especificaciones del Proyecto y, en todos los casos, a la calidad requerida

e) ***El asesoramiento experto para la mejora de la estrategia de marketing ferial.***

Comprende el objeto del contrato el asesoramiento experto para la mejora de la estrategia ferial de **PROMOTUR**. También incluye la coordinación de todos los servicios comprendidos en el objeto del contrato, conforme a la **cláusula 15** y todos aquellos servicios accesorios y necesarios y cualquier servicio de agencia anexo.

El contratista estará obligado a aportar un asesoramiento experto y continuado, en su ámbito de actividad, a los responsables de **PROMOTUR** orientado a la optimización de la promoción turística de las Islas Canarias.

30.6. Libertad de Contratación.

PROMOTUR se reserva el derecho de no hacer uso de los servicios contratados con la empresa adjudicataria, así como, se reserva el derecho a contratar directamente los servicios con centrales de medios, agencias de publicidad, agencias de brand content, agencias de comunicación, agencias de marketing digital, agencias de marketing ferial, empresas de organización de eventos, empresas de diseño y construcción de stands o empresas de servicios de marketing y cualesquiera otros proveedores afines durante el período de vigencia del contrato.

31. CONDICIONES DEL SERVICIO.

31.1. Recursos Humanos y Materiales para la prestación del servicio.

El contratista deberá poner a disposición de **PROMOTUR** los recursos humanos con personal profesional, cualificado y con experiencia suficiente para atender a la correcta y normal ejecución del servicio, todo ello de acuerdo con la propuesta adjudicada.

En relación con este personal, **PROMOTUR** no contrae ningún vínculo laboral, jurídico, económico o de cualquier índole con ellos.

El contratista deberá poner a disposición de **PROMOTUR** los medios materiales necesarios para la prestación del servicio.

En concreto, para la prestación del servicio de **Marketing Ferial**, el contratista deberá disponer de medios propios para la fabricación y construcción/montaje de stands. Esta disposición es un requisito indispensable para la correcta prestación del servicio.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

El ausencia, limitación o insuficiencia de estos recursos humanos y materiales, o la omisión de instrucciones a este respecto por parte de **PROMOTUR** conforme a lo expresado anteriormente podrá ser causa de resolución del contrato, sin perjuicio de la responsabilidad de pueda deducirse y será efectiva conforme a lo establecido en la **cláusula 20** del presente pliego.

31.1.1. Equipo Profesional.

31.1.1.1. Equipo profesional principal.

El equipo profesional principal adscrito a la ejecución del contrato deberá estar conformado, al menos, por los integrantes detallados en la relación siguiente para cada uno de los servicios:

31.1.1.1.1 Equipo profesional principal para los Servicios de Planificación de Medios b2c.

a) Un (1) director de cuenta.

Primer responsable por parte del contratista y responsable de planificación y coordinación. Asumirá, también, las tareas de interlocución con **PROMOTUR** y, en especial, con la coordinación técnica adscrita al contrato.

En caso de que la agencia contratista sea considerada, por decisión de **PROMOTUR**, agencia líder, puntual o de manera continua, de su pool de agencias, asumirá también las tareas de coordinación e interlocución con el resto de agencias.

La interlocución se desarrollará en castellano.

b) Un (1) coordinador equipo internacional.

Será responsable, bajo la supervisión permanente del director de cuenta, de la coordinación del equipo internacional asignado a la prestación del contrato a fin de garantizar la óptima ejecución de los servicios en los mercados meta de la marca Islas Canarias.

La interlocución se desarrollará en castellano.

c) Un (1) responsable de planificación de medios *off-line*.

Será responsable, bajo la supervisión permanente del director de cuenta, de la planificación y contratación de medios *off-line* y derechos de patrocinio: prensa, televisión, radio, exterior, etc. Asumirá la responsabilidad de la elaboración y presentación de informes de seguimiento de las campañas y acciones desarrolladas en lo que respecta a los medios *off-line*.

La interlocución se desarrollará en castellano.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

d) Un (1) responsable de planificación de medios *on-line*.

Será responsable, bajo la supervisión permanente del director de cuenta, de la planificación y contratación de medios *on-line*, incluida publicidad programática. Asumirá la responsabilidad de la elaboración y presentación de informes de seguimiento de las campañas y acciones desarrolladas en lo que respecta a los medios *on-line*.

La interlocución se desarrollará en castellano.

e) Un (1) responsable de acciones especiales.

Será responsable, bajo la supervisión permanente del director de cuenta, de la ideación, planificación y contratación de acciones especiales en medios. Asumirá la responsabilidad de la elaboración y presentación de informes de seguimiento de las campañas y acciones desarrolladas en lo que respecta a acciones especiales.

La interlocución se desarrollará en castellano.

f) Un (1) controller.

Será responsable, bajo la supervisión del director de cuenta, de un correcto seguimiento del tráfico administrativo que se derive de la ejecución del contrato. Asumirá la interlocución con **PROMOTUR** y, en especial, con el coordinador técnico designado por esta, en lo que concierne al ámbito administrativo y deberá llevar un exhaustivo y actualizado control de la ejecución del contrato en cuanto a las prestaciones ejecutadas y en curso, la dedicación prestada o la ejecución presupuestaria, entre otros aspectos.

La interlocución se desarrollará en **castellano**.

g) Otros.

Aquellos miembros del Equipo Principal establecidos en la oferta adjudicataria que incrementan el número y la diversidad funcional de los miembros del equipo mencionados anteriormente.

La interlocución se desarrollará en **castellano**.

Este equipo profesional principal estará asignado a la ejecución de los servicios establecidos en la **cláusula 30.1 a), b) y d)**, excepto en lo que respecta a la realización de proyectos específicos de marketing y comunicación. También estará asignado al servicio de agencia entendido éste como las tareas de coordinación, dirección, supervisión, seguimiento, control de calidad y medición de la ejecución de la totalidad del objeto del contrato.

31.1.1.1.2 Equipo profesional principal para los Servicios de Planificación de Social Media Paid.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

a) Un (1) director de cuenta.

Primer responsable por parte del contratista y responsable de planificación y coordinación. Asumirá, también, las tareas de interlocución con **PROMOTUR** y, en especial, con la coordinación técnica adscrita al contrato. En caso de que la agencia adjudicataria sea considerada, por decisión de **PROMOTUR**, agencia líder, puntual o de manera continua, de su pool de agencias, asumirá también las tareas de coordinación e interlocución con el resto de agencias.

La interlocución se desarrollará en castellano.

b) Un (1) responsable de planificación en *social media*.

Será responsable, bajo la supervisión permanente del director de cuenta, de la planificación y contratación de formatos publicitarios en redes sociales y otros buscadores para las campañas y acciones de la marca Islas Canarias. Asumirá la responsabilidad de la elaboración y presentación de informes de seguimiento de las campañas y acciones desarrolladas en lo que respecta a *social media*.

La interlocución se desarrollará en castellano.

d) Un (1) responsable de planificación en *medios especiales*.

Será responsable, bajo la supervisión permanente del director de cuenta, de la planificación y contratación de formatos publicitarios en *online travel agencies* para las campañas y acciones de la marca Islas Canarias. Asumirá la responsabilidad de la elaboración y presentación de informes de seguimiento de las campañas y acciones desarrolladas en lo que respecta a acciones especiales.

La interlocución se desarrollará en castellano.

e) Un (1) controller.

Será responsable, bajo la supervisión del director de cuenta, de un correcto seguimiento del tráfico administrativo que se derive de la ejecución del contrato. Asumirá la interlocución con **PROMOTUR** y, en especial, con el coordinador técnico designado por esta, en lo que concierne al ámbito administrativo y deberá llevar un exhaustivo y actualizado control de la ejecución del contrato en cuanto a las prestaciones ejecutadas y en curso, la dedicación prestada o la ejecución presupuestaria, entre otros aspectos.

La interlocución se desarrollará en **castellano**.

f) Otros.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

Aquellos miembros del Equipo Principal establecidos en la oferta adjudicataria que incrementan el número y la diversidad funcional de los miembros del equipo mencionados anteriormente.

La interlocución se desarrollará en **castellano**.

Este equipo profesional principal estará asignado a la ejecución de los servicios establecidos en la **cláusula 30.2 a), b) y d)** excepto en lo que respecta a la realización de proyectos específicos de marketing y comunicación. También estará asignado al servicio de agencia entendido éste como las tareas de coordinación, dirección, supervisión, seguimiento, control de calidad y medición de la ejecución de la totalidad del objeto del contrato.

31.1.1.1.3 Equipo profesional principal de los Servicios de Planificación de Publicidad Nativa.

a) Un (1) director de cuenta.

Será el primer responsable por parte del contratista y responsable de planificación. Asumirá, también, las tareas de interlocución con **PROMOTUR** y, en especial, con la coordinación técnica adscrita al contrato. En caso de que la agencia contratista sea considerada, por decisión de **PROMOTUR**, agencia líder, para un proyecto puntual o de manera continua, de su pool de agencias, asumirá también las tareas de coordinación e interlocución con el resto de agencias.

La interlocución se desarrollará en castellano.

b) Un (1) coordinador equipo internacional.

Será responsable, bajo la supervisión permanente del director de cuenta, de la coordinación del equipo internacional asignado a la prestación del contrato a fin de garantizar la óptima ejecución de los servicios en los mercados meta de la marca Islas Canarias.

La interlocución se desarrollará en castellano.

c) Un (1) director creativo.

Será responsable, bajo la supervisión permanente del director de cuenta, de la ideación y generación de propuestas creativas para campañas y acciones de publicidad nativa y de nuevos contenidos a partir de los briefs entregados por **PROMOTUR** o a iniciativa del propio contratista y controlará su correcta ejecución.

La interlocución se desarrollará en **castellano**.

d) Un (1) responsable de contenidos.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

Será responsable, bajo la supervisión permanente del director de cuenta y la coordinación del director creativo, de la producción de contenidos para la marca Islas Canarias y de la coordinación de los proveedores seleccionados para ello. Asumirá la responsabilidad de que los trabajos de respondan a los requerimientos establecidos.

La interlocución se desarrollará en castellano.

e) Un (1) responsable de planificación de medios.

Será responsable, bajo la supervisión permanente del director de cuenta, de la planificación y contratación de medios para campañas y acciones de publicidad nativa. Asumirá la responsabilidad de la elaboración y presentación de informes de seguimiento de las campañas y acciones.

La interlocución se desarrollará en **castellano**.

f) Un (1) responsable de seguimiento de medios.

Será responsable, bajo la supervisión del director de cuenta, de garantizar el correcto funcionamiento del servicio de seguimiento de medios. Asumirá la responsabilidad de la elaboración de los informes y dossiers específicos que se soliciten acerca de la repercusión mediática de aquellos asuntos considerados de especial relevancia por parte de **PROMOTUR**.

g) Un (1) responsable de producción.

Bajo la supervisión del director de cuenta y en coordinación con el director creativo, será responsable de la correcta producción e implementación técnica de las campañas y acciones de publicidad nativa y de la coordinación de los proveedores seleccionados para ello.

La interlocución se desarrollará en **castellano**.

h) Un (1) controller.

Será responsable, bajo la supervisión del director de cuenta, de un correcto seguimiento del tráfico administrativo que se derive de la ejecución del contrato. Asumirá la interlocución con **PROMOTUR** y, en especial, con el coordinador técnico designado por esta, en lo que concierne al ámbito administrativo y deberá llevar un exhaustivo y actualizado control de la ejecución del contrato en cuanto a las prestaciones ejecutadas y en curso, la dedicación prestada o la ejecución presupuestaria, entre otros aspectos.

La interlocución se desarrollará en **castellano**.

l) Otros.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

Aquellos miembros del Equipo Principal establecidos en la oferta adjudicataria que incrementan el número y la diversidad funcional de los miembros del equipo mencionados anteriormente.

La interlocución se desarrollará en **castellano**.

Este equipo profesional principal estará asignado a la ejecución de los servicios establecidos en la **cláusula 30.3 a), b), c), d), e) y g)**, excepto en lo que respecta a la realización de proyectos específicos de marketing y comunicación. También estará asignado al servicio de agencia entendido éste como las tareas de coordinación, dirección, supervisión, seguimiento, control de calidad y medición de la ejecución de la totalidad del objeto del contrato.

31.1.1.1.4 Equipo profesional principal de los Servicio de Planificación de Medios b2b

a) Un (1) director de cuenta.

Primer responsable por parte del contratista y responsable de planificación y coordinación. Asumirá, también, las tareas de interlocución con **PROMOTUR** y, en especial, con la coordinación técnica adscrita al contrato.

En caso de que la agencia contratista sea considerada, por decisión de **PROMOTUR**, agencia líder, puntual o de manera continua, de su pool de agencias, asumirá también las tareas de coordinación e interlocución con el resto de agencias.

La interlocución se desarrollará en castellano.

b) Un (1) responsable de planificación de medios *off-line*.

Será responsable, bajo la supervisión permanente del director de cuenta, de la planificación y contratación de medios *off-line* y derechos de patrocinio: prensa, televisión, radio, exterior, etc. Asumirá la responsabilidad de la elaboración y presentación de informes de seguimiento de las campañas y acciones desarrolladas en lo que respecta a los medios *off-line*.

La interlocución se desarrollará en castellano.

c) Un (1) responsable de planificación de medios *on-line*.

Será responsable, bajo la supervisión permanente del director de cuenta, de la planificación y contratación de medios *on-line*, incluida publicidad programática. Asumirá la responsabilidad de la elaboración y presentación de informes de seguimiento de las campañas y acciones desarrolladas en lo que respecta a los medios *on-line*.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

La interlocución se desarrollará en castellano.

d) Un (1) responsable de acciones especiales.

Será responsable, bajo la supervisión permanente del director de cuenta, de la ideación, planificación y contratación de acciones especiales en medios. Asumirá la responsabilidad de la elaboración y presentación de informes de seguimiento de las campañas y acciones desarrolladas en lo que respecta a acciones especiales.

La interlocución se desarrollará en castellano.

e) Un (1) controller.

Será responsable, bajo la supervisión del director de cuenta, de un correcto seguimiento del tráfico administrativo que se derive de la ejecución del contrato. Asumirá la interlocución con **PROMOTUR** y, en especial, con el coordinador técnico designado por esta, en lo que concierne al ámbito administrativo y deberá llevar un exhaustivo y actualizado control de la ejecución del contrato en cuanto a las prestaciones ejecutadas y en curso, la dedicación prestada o la ejecución presupuestaria, entre otros aspectos.

La interlocución se desarrollará en **castellano**.

g) Otros.

Aquellos miembros del Equipo Principal establecidos en la oferta adjudicataria que incrementan el número y la diversidad funcional de los miembros del equipo mencionados anteriormente.

La interlocución se desarrollará en **castellano**.

Este equipo profesional principal estará asignado a la ejecución de los servicios establecidos en la **cláusula 30.4 a), b) y d)**, excepto en lo que respecta a la realización de proyectos específicos de marketing y comunicación. También estará asignado al servicio de agencia entendido éste como las tareas de coordinación, dirección, supervisión, seguimiento, control de calidad y medición de la ejecución de la totalidad del objeto del contrato.

31.1.1.1.5 Equipo profesional principal de los Servicios de Marketing Ferial.

a) Un (1) director de cuenta.

Primer responsable por parte del contratista y responsable de planificación y coordinación. Asumirá, también, las tareas de interlocución con **PROMOTUR** y, en especial, con la coordinación técnica adscrita al contrato. Asumirá también, en su caso, las tareas de coordinación e interlocución con el resto de agencias.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

La interlocución se desarrollará en castellano.

b) Un (1) responsable de diseño.

Será responsable, bajo la supervisión permanente del director de cuenta, de la elaboración de los proyectos de conceptualización y diseño de cada uno de los stands y construcciones efímeras de **PROMOTUR**, así como la distribución, escalado y aplicación de cualquier material gráfico que proporcione **PROMOTUR** para cada ocasión. También será responsabilidad suya el control de la correcta aplicación de la marca Islas Canarias y de sus distintos elementos gráficos, audiovisuales, textuales, etc.

La interlocución se desarrollará en castellano.

c) Un (1) responsable de logística.

Será responsable, bajo la supervisión permanente del director de cuenta, de la gestión y optimización del transporte de todos los elementos necesarios, ya sean producidos por el contratista, ya sean aportados por **PROMOTUR** en los stands y eventos de **PROMOTUR** que se determinen. También será responsable de garantizar la logística ferial en cuanto al uso de medios de carga, descarga, embalajes, estibación y gestión de almacenes durante la fabricación, los periodos de montaje y durante la celebración de los certámenes, así como de la conservación de los elementos, tanto propios como aportados por **PROMOTUR** ajenos, a reutilizar en varios eventos.

La interlocución se desarrollará en castellano.

d) Un (1) gestor de eventos

Será responsable, bajo la supervisión permanente del director de cuenta, de la planificación y gestión de todos los servicios anexos a la participación u organización por parte de **PROMOTUR** en certámenes feriales y otros eventos.

La interlocución se desarrollará en castellano.

e) Un (1) project manager general.

Será responsable, bajo la supervisión permanente del director de cuenta, de la planificación, ejecución y control de calidad de las tareas dirigidas a la construcción, montaje y desmontaje de los stands y otras instalaciones efímeras de **PROMOTUR**.

La interlocución se desarrollará en castellano.

f) Tres (3) project managers.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

Serán responsables, bajo la supervisión permanente del project manager general, de la ejecución del montaje y desmontaje de los stands y otras instalaciones efímeras de **PROMOTUR**.

La interlocución se desarrollará en castellano.

g) Un (1) responsable de producción.

Será responsable, bajo la supervisión permanente del project manager general, del desarrollo y gestión eficiente de la fabricación de todos los elementos necesarios para la puesta en marcha de todos los stands y construcciones efímeras de **PROMOTUR**. Igualmente, será responsable de la calidad de los materiales a utilizar en las distintas construcciones.

La interlocución se desarrollará en castellano.

h) Un (1) responsable de audiovisuales y nuevas tecnologías.

Será responsable, bajo la supervisión permanente del project manager general, de la integración y gestión de los soportes y equipos audiovisuales y de nuevas tecnologías en los stands, las construcciones efímeras y otros eventos que **PROMOTUR** decida programar. Asumirá la responsabilidad de asegurar su calidad y correcto funcionamiento en un contexto en el que priman los los reducidos tiempos de montaje y la gestión de imprevistos y el solapamiento de actividades.

La interlocución se desarrollará en castellano.

i) Un (1) responsable de instalaciones eléctricas e iluminación.

Será responsable, bajo la supervisión permanente del project manager general, de la integración y gestión de los soportes y equipos de instalación eléctrica e iluminación en los stands, las construcciones efímeras y otros eventos que **PROMOTUR** decida programar, incluyendo la definición de circuitos y potencias eléctricas para las diversas instalaciones, gestión del equipo de técnicos para estas instalaciones, colaboración y aseguramiento en la atención y cumplimiento de los medios técnicos que **PROMOTUR** pudiera requerir en su programación para cada evento. Asumirá también la responsabilidad de asegurar cumplimiento de los requisitos técnicos de seguridad tanto en la aplicación de cuadros de control como en el desarrollo de las fases eléctricas, así como del control de calidad y el correcto funcionamiento de todos estos equipamientos en un contexto en el que priman los los reducidos tiempos de montaje y la gestión de imprevistos y el solapamiento de actividades.

La interlocución se desarrollará en castellano.

j) Un (1) controller.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

Será responsable, bajo la supervisión del director de cuenta, de un correcto seguimiento del tráfico administrativo que se derive de la ejecución del contrato. Asumirá la interlocución con **PROMOTUR** y, en especial, con el coordinador técnico designado por esta, en lo que concierne al ámbito administrativo y deberá llevar un exhaustivo y actualizado control de la ejecución del contrato en cuanto a las prestaciones ejecutadas y en curso, la dedicación prestada o la ejecución presupuestaria, entre otros aspectos.

La interlocución se desarrollará en **castellano**.

k) Otros.

Aquellos miembros del Equipo Principal establecidos en la oferta adjudicataria que incrementan el número y la diversidad funcional de los miembros del equipo mencionados anteriormente.

La interlocución se desarrollará en **castellano**.

Este equipo profesional principal estará asignado a la ejecución de los servicios establecidos en la **cláusula 30.5 a), b) c) y e)**, excepto en lo que respecta a la realización de proyectos específicos de marketing y comunicación. También estará asignado al servicio de agencia entendido éste como las tareas de coordinación, dirección, supervisión, seguimiento, control de calidad y medición de la ejecución de la totalidad del objeto del contrato.

31.1.1.2. Equipo Profesional internacional.

Este equipo profesional es complementario y diferente al principal establecido en la **cláusula 31.1.1.1** y estará asignado al desarrollo de los servicios objeto del contrato en los distintos mercados meta de la marca Islas Canarias.

El equipo internacional adscrito a la ejecución del contrato deberá estar conformado, al menos, por los integrantes detallados en la relación siguiente para cada uno de los lotes:

31.1.1.2.1 Equipo Internacional para los Servicios de Planificación de Medios.

Un (1) responsable de planificación de medios en cada uno de los siguientes mercados meta de la marca Islas Canarias, con la excepción del mercado en que se ubique el equipo principal:

- Alemania
- Bélgica
- España
- Francia
- Holanda
- Irlanda
- Italia



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

- Noruega
- Reino Unido
- Suecia

31.1.1.2.2 Equipo Profesional Internacional para los Servicios de Planificación de Publicidad Nativa.

Un (1) responsable de contenidos y relaciones con los medios en cada uno de los siguientes mercados meta de la marca Islas Canarias, con la excepción del mercado en que se ubique el equipo principal:

- Alemania
- Bélgica
- España
- Francia
- Holanda
- Irlanda
- Italia
- Noruega
- Reino Unido
- Suecia

31.1.1.3. Equipo de Proyectos Específicos.

Este equipo profesional es complementario y diferente al principal establecido en la **cláusula 31.1.1.1** y estará asignado exclusivamente a la ejecución del servicio de realización de proyectos específicos de marketing y comunicación.

31.2. Proveedores Externos.

El contratista podrá determinar la necesidad de contratar a proveedores externos para la prestación, total o parcial, de los servicios objeto de contrato cuando no puedan ser prestados por el equipo profesional principal establecido en la **cláusula 31.1.1.1**, para lo que se requiere la autorización expresa de **PROMOTUR**, por razón de la especialización de los servicios.

El contratista deberá identificar en cada caso, y con antelación suficiente, si así fuera necesario, los proveedores seleccionados para la realización de cada prestación objeto de contrato y, en concreto, las tareas a desarrollar por este y el presupuesto asignado.

En estos casos, **PROMOTUR** podrá ordenar al contratista la selección de proveedores distintos de los propuestos, en condiciones equivalentes de calidad y servicio a los efectos de, una vez efectuadas las valoraciones oportunas, optimizar la eficiencia de la inversión. En estos casos, las prestaciones se desarrollarán bajo la dirección y control del contratista y **PROMOTUR** asumirá la responsabilidad sobre el control de calidad, todo ello conforme a la **cláusula 15**.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

31.3. Horarios para la prestación del servicio.

El horario para la prestación del servicio será de lunes a viernes en horarios de oficina en el caso de **PROMOTUR** u horarios alternativos en función del lugar dónde se preste y en función por necesidades del servicio.

31.4. Lugar de prestación del servicio.

El adjudicatario prestará los servicios en sus propias locales, oficinas o sedes, sin que en ningún momento pueda realizar la prestación de servicios en las oficinas de **PROMOTUR** salvo que su presencia sea requerida y necesaria para el correcto y adecuado desarrollo y ejecución del servicio en relación directa con la **cláusula 15**.

32. PRECIO DEL CONTRATO.

El precio del contrato, como importe de adjudicación resultante, idéntico al establecido en la **Cláusula 5.1** se divide, en función de los servicios que conforman el objeto del contrato, de acuerdo con el siguiente detalle:

32.1.1. Honorarios para el Equipo Profesional Principal para el servicio de Planificación de Publicidad Nativa.

Los honorarios para la remuneración correspondientes al Equipo Profesional Principal ascienden a **doscientos cincuenta y dos mil euros anuales (252.000,00€/año)**.

Cuando para el desarrollo de las funciones de coordinación técnica establecida en la **cláusula 15**, se requiera contratación externa, el precio no podrá ser superior al máximo de **cuarenta y cinco mil euros anuales (45.000,00€/año)** para cada lote, y deberá ser concretado de manera conjunta entre **PROMOTUR** y el contratista, mediante aprobación expresa del presupuesto correspondiente.

32.1.2. Precio por retribución del Equipo Profesional Internacional para los Servicios de Planificación de Publicidad Nativa

El precio en concepto de retribución del Equipo Profesional Internacional conforme a la **cláusula 31.1.1.2** se fijará por el precio de mercado consensuado de manera conjunta entre **PROMOTUR** y el contratista, en atención a su naturaleza específica, mediante aprobación expresa del presupuesto correspondiente.

PROMOTUR no está obligado a la contratación del equipo internacional propuesto.

32.1.3. Precio por diseño de stands, exposiciones y otras construcciones efímeras.

El precio en concepto de diseño de stands, exposiciones y otras construcciones efímeras establecida **cláusula 30.5**, será conforme a la cantidad propuesta por el contratista en su propuesta.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

Cuando el diseño sea realizado por proveedores externos conforme a la **cláusula 31.2** el precio estará comprendido por la Comisión de Agencia conforme a la **cláusula 32.1.6.1** sumado a los Costes por Contratación Externas de la **cláusula 32.1.6.2** el cual no podrá ser superior al precio establecido en la propuesta del licitador.

Puntualmente, **PROMOTUR** podrá aceptar precios superiores a los indicados en atención a la especial creatividad, especialidad o complejidad de los trabajos a realizar o por la consideración del autor a quién se asigna el mismo. El precio superior será el de mercado fijado de manera conjunta entre **PROMOTUR** y el contratista, mediante aprobación expresa del presupuesto correspondiente.

32.1.4. Precio por los servicios de realización integral .

El precio en concepto de realización integral se fijará por el precio de mercado consensuado de manera conjunta entre **PROMOTUR** y el contratista, en atención a su naturaleza específica, mediante aprobación expresa del presupuesto correspondiente.

PROMOTUR no está obligado a la contratación del equipo internacional propuesto.

32.1.5. Precio por realización de Proyectos Específicos de Marketing y Comunicación.

El precio en concepto de realización de proyectos específicos de marketing y comunicación conforme a la **cláusula 31.1.1.3** se fijará por el precio de mercado consensuado de manera conjunta entre **PROMOTUR** y el contratista, en atención a su naturaleza específica, mediante aprobación expresa del presupuesto correspondiente.

32.1.6. Precio por Contratación de Proveedores.

32.1.6.1. Comisión de Agencia

La comisión de agencia será, conforme a los términos de la adjudicación, expresada en porcentaje (%) y aplicada sobre el importe (sin tributación) de los **costes de contratación externa** conforme a la **cláusula 32.1.6.2**.

32.1.6.2. Costes por Contratación Externa.

El precio correspondiente a la contratación externa de proveedores cuando ella fuere precisa para la ejecución del contrato, comprende sus costes derivado de la prestación de los servicios contratados.

Este precio será el de mercado fijado de manera conjunta entre **PROMOTUR** y el contratista, mediante la aprobación expresa del presupuesto correspondiente.

32.1.6.3. Descuentos, rappels, extratipos o cualquier otro tipo de remuneración.

Cualquier descuento, rappels, extratipos u otro tipo de remuneración directa que obtenga de los proveedores contratados externamente será aplicado al precio del contrato.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

El contratista cederá a **PROMOTUR** el 100% de los citados descuentos, rappels, extratipos y cualquier otro tipo de remuneración directa que obtenga de los proveedores contratados externamente.

33. PAGO DEL PRECIO POR LOS SERVICIOS OBJETO DE CONTRATO

33.1. Pago de Honorarios del Equipo Profesional Principal para los servicios de Planificación de Publicidad Nativa.

El pago de los honorarios para la remuneración correspondientes al Equipo Profesional Principal se realizará mensualmente, contra factura correspondiente al mes vencido expedida de acuerdo con la normativa vigente, debidamente conformada previo informe favorable del Coordinador Técnico del Proyecto designado por **PROMOTUR** cuyo importe ascienda a la cantidad **veintiun mil euros al mes (21.000,00€/mes)**.

33.2. Pago del precio por la Realización de Proyectos Específicos.

El pago del precio en concepto de Realización de Proyectos Específicos de Marketing y Comunicación se realizará contra factura correspondiente cada ejecución y expedida de acuerdo con la normativa vigente, debidamente conformada previo informe favorable del Responsable del Proyecto designado por **PROMOTUR**.

33.3. Pago de precio por contratación de proveedores.

33.3.1. Pago de la Comisión de Agencia.

El pago de la Comisión de Agencia se realizará contra factura correspondiente por los Costes de Contratación Externa de la **cláusula 32.1.6.2**, debidamente detallada y desglosada, expedida de acuerdo con la normativa vigente, previo informe favorable de cada Responsable del Proyecto al que está vinculada la misma designado por **PROMOTUR**.

33.3.2. Pago de Costes por Contratación Externa.

El pago de los Costes por Contratación Externa se realizará, contra factura, expedida de acuerdo con la normativa vigente, en función de los presupuestos aceptados y las ejecuciones efectivamente realizadas y previo informe favorable de cada Responsable del Proyecto al que está vinculado los mismos designado por **PROMOTUR**.

A este respecto, **PROMOTUR** podrá requerir al contratista la exhibición y/o presentación de las facturas expedidas por los proveedores para su cotejo y revisión.

Excepcionalmente, **PROMOTUR** podrá realizar pagos parciales o anticipos, cuando debido a la especial complejidad, singularidad o duración sea necesario los mismos.

Los pagos fijados por el contratista a los proveedores no podrán ser en condiciones más desfavorables que lo pagos de **PROMOTUR** al contratista y, en todo caso, el periodo de pago no podrá ser superior a **treinta (30) días naturales**.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

33.4. Justificación de la ejecución del servicio.

Para la justificación de la ejecución del servicio, se estará a lo exigido para el pago del precio del objeto contratado.

Además, el contratista enviará a **PROMOTUR** cuantos informes en soporte digital sean requeridos en el marco del **seguimiento y control de la ejecución de los trabajos objeto de contrato**, conforme a la **cláusula 15**.

34. DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL Y OTROS DERECHOS.

34.1. Propiedad Intelectual.

El contratista acepta expresamente la cesión (y/u obtención) de la propiedad intelectual de todos los servicios prestados a/para **PROMOTUR**, cualesquiera que sean su naturaleza o formato, comprendiendo:

- a) Cesión de los derechos de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación,
- b) Cesión por el plazo mínimo de cinco (5) años, salvo excepciones expresamente autorizadas por **PROMOTUR** por razones técnicas o artísticas propias de la obra,
- c) Cesión para su utilización en cualquier lugar del mundo y por cualquier medio,
- d) Cesión onerosa, cuyo importe está incluido en el importe de adjudicación de la presente licitación,
- e) Cesión en exclusividad, con facultad de explotar la obra con exclusión de otra persona y de otorgar autorizaciones no exclusivas a terceros.

El contratista se compromete a la entrega, conjuntamente con los servicios prestados, de los contratos, acuerdos o autorizaciones que haya suscrito con los autores o cedentes de la propiedad intelectual de los servicios objeto de contrato, con la finalidad de tener prueba documental de la condición de cedente de la propiedad intelectual a **PROMOTUR**.

El contratista, en todo caso, queda obligado a la identificación del **autor** de toda obra o material susceptible de propiedad intelectual.

Cualquier excepción a las condiciones establecidas anteriormente, deberán ponerse en conocimiento de **PROMOTUR** con carácter previo a su cesión para su autorización, en su caso. La cesión en estas condiciones excepcionales deberá también formalizarse por escrito.

34.2. Derechos de Imagen en los servicios prestados.

El adjudicatario garantizará la obtención de los derechos de imagen de las personas que consten en los materiales entregables objeto de servicio para **PROMOTUR**.



N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

El adjudicatario se compromete a la entrega, conjuntamente con los servicios entregables, de los contratos, acuerdo o autorizaciones que haya suscrito con las personas cuya imagen es utilizada en éstos, con la finalidad de tener prueba documental de la autorización a la utilización de la imagen.

34.3. Protección de datos.

Todos los servicios objeto de contrato que conlleve un tratamiento de datos personales conforme la Ley Orgánica 5/1992 de 29 de Octubre, de regulación del tratamiento automatizado de datos de carácter personal, entendida como recogida de datos personales que suponga un posterior tratamiento de estos datos que afecten a alguno de los ficheros responsabilidad de **PROMOTUR**, deberá desarrollar los servicios conforme a las Instrucciones que ésta dicte.

En caso de ser necesario, **PROMOTUR exigirá** la formalización de este tratamiento por escrito, cuyo contenido formará parte integrante del contrato de prestación de servicio. Los incumplimientos de las cláusulas de estos contratos serán considerados como incumplimientos de contrato y tendrán los efectos establecidos en la **cláusula 20 y 25** del presente pliego. En todo caso, el contratista deberá cumplir las medidas técnicas y organizativas estipuladas en el Real Decreto 994/1999, de 11 de junio, que establece el Reglamento de Medidas de Seguridad de los ficheros automatizados que contengan datos de carácter personal.



N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

Anexo I.a: Modelo relativo a los Criterios de Adjudicación Evaluables Automáticamente para el Lote 1.

D./D^a. , mayor de edad y N.I.F. en su propio nombre y representación/ en nombre y representación de la entidad con C.I.F..... en calidad de , con domicilio en la calle , n^o..... piso/planta , letra..... , en la ciudad de , C.P..... provincia de , País..... , teléfono..... , faxy dirección de **correo electrónico** , a los efectos de notificaciones que pudieran dimanar del presente escrito, por medio del presente y enterado del pliego de cláusulas administrativas y de prescripciones técnicas que han de regir la contratación de , y aceptando íntegramente el contenido de los mismos, **SE COMPROMETE a ejecutar el contrato de referencia en las siguientes condiciones económicas según los criterios de adjudicación evaluables automáticamente:**

- En concepto de **Comisión de Agencia sobre la contratación de medios, soportes y espacios publicitarios on-line (excepto compra programática):**

.....por ciento%
(en letra) *(en número)*

- En concepto de **comisión de agencia sobre la contratación de espacios publicitarios mediante compra programática:**

.....por ciento%
(en letra) *(en número)*

- En concepto de **Comisión de Agencia sobre la contratación de medios, soportes y espacios publicitarios off-line:**

.....por ciento%
(en letra) *(en número)*

En , a de de 20...

Fdo.
 (Representante legal de la entidad)
 (Entidad)
 (Sello de la entidad)



N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

Anexo I.b: Modelo relativo a los Criterios de Adjudicación Evaluables Automáticamente para el Lote 2.

D./D^a. , mayor de edad y N.I.F. en su propio nombre y representación/ en nombre y representación de la entidad con C.I.F..... en calidad de , con domicilio en la calle , nº..... piso/planta , letra..... , en la ciudad de , C.P..... provincia de , País..... , teléfono..... , faxy dirección de **correo electrónico** , a los efectos de notificaciones que pudieran dimanar del presente escrito, por medio del presente y enterado del pliego de cláusulas administrativas y de prescripciones técnicas que han de regir la contratación de , y aceptando íntegramente el contenido de los mismos, **SE COMPROMETE a ejecutar el contrato de referencia en las siguientes condiciones económicas según los criterios de adjudicación evaluables automáticamente:**

- En concepto de **comisión de agencia sobre la contratación de campañas o acciones de comunicación en redes sociales:**

.....por ciento%
(en letra) *(en número)*

- En concepto de **comisión de agencia sobre la contratación de campañas o acciones de comunicación en medios especiales on-line como on-line travel agencies, buscadores especializados y otros análogos:**

.....por ciento%
(en letra) *(en número)*

- En concepto de **comisión de agencia sobre la contratación externa de proveedores distintos de los medios anteriores:**

.....por ciento%
(en letra) *(en número)*

En , a de de 20...

Fdo.
 (Representante legal de la entidad)
 (Entidad)
 (Sello de la entidad)



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

Anexo I.c: Modelo relativo a los Criterios de Adjudicación Evaluables Automáticamente para el Lote 3.

D./D^a. , mayor de edad y N.I.F. en su propio nombre y representación/ en nombre y representación de la entidad con C.I.F..... en calidad de , con domicilio en la calle , n^o..... piso/planta , letra..... , en la ciudad de , C.P..... provincia de , País..... , teléfono..... , faxy dirección de **correo electrónico** , a los efectos de notificaciones que pudieran dimanar del presente escrito, por medio del presente y enterado del pliego de cláusulas administrativas y de prescripciones técnicas que han de regir la contratación de , y aceptando íntegramente el contenido de los mismos, **SE COMPROMETE a ejecutar el contrato de referencia en las siguientes condiciones económicas según los criterios de adjudicación evaluables automáticamente:**

- En concepto de **comisión de agencia sobre los costes por contratación externa, incluidos medios:**
por ciento%
 (en letra) (en número)

- En concepto de **Dedicación prevista al Equipo Profesional Principal:**
horas/año naturalh/año.
 (en letra) (en número)

En , a de de 20...

Fdo.
 (Representante legal de la entidad)
 (Entidad)
 (Sello de la entidad)

En , a de de 20...

Fdo.
 (Representante legal de la entidad)
 (Entidad)
 (Sello de la entidad)



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

Anexo I.d: Modelo relativo a los Criterios de Adjudicación Evaluables Automáticamente para el Lote 4.

D./D^a. , mayor de edad y N.I.F. en su propio nombre y representación/ en nombre y representación de la entidad con C.I.F..... en calidad de , con domicilio en la calle , n^o..... piso/planta , letra..... , en la ciudad de , C.P..... provincia de , País..... , teléfono..... , faxy dirección de **correo electrónico** , a los efectos de notificaciones que pudieran dimanar del presente escrito, por medio del presente y enterado del pliego de cláusulas administrativas y de prescripciones técnicas que han de regir la contratación de , y aceptando íntegramente el contenido de los mismos, **SE COMPROMETE a ejecutar el contrato de referencia en las siguientes condiciones económicas según los criterios de adjudicación evaluables automáticamente:**

- En concepto de **comisión de agencia sobre los costes por contratación de medios, soportes y espacios publicitarios on-line:**

.....por ciento%
 (en letra) (en número)

- En concepto de **comisión de agencia sobre los costes por contratación de medios, soportes y espacios publicitarios off-line:**

.....horas/año naturalh/año.
 (en letra) (en número)

En , a de de 20...

Fdo.
 (Representante legal de la entidad)
 (Entidad)
 (Sello de la entidad)

En , a de de 20...

Fdo.
 (Representante legal de la entidad)
 (Entidad)
 (Sello de la entidad)



N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

Anexo I.e: Modelo relativo a los Criterios de Adjudicación Evaluables Automáticamente para el Lote 5.

D./D^a. , mayor de edad y N.I.F. en su propio nombre y representación/ en nombre y representación de la entidad con C.I.F..... en calidad de, con domicilio en la calle, n^o..... piso/planta, letra....., en la ciudad de, C.P..... provincia de, País....., teléfono....., faxy dirección de **correo electrónico**, a los efectos de notificaciones que pudieran dimanar del presente escrito, por medio del presente y enterado del pliego de cláusulas administrativas y de prescripciones técnicas que han de regir la contratación de y aceptando íntegramente el contenido de los mismos, **SE COMPROMETE a ejecutar el contrato de referencia en las siguientes condiciones económicas según los criterios de adjudicación evaluables automáticamente:**

- En concepto de **comisión de agencia sobre los costes por contratación externa de proveedores externos:**
por ciento%
 (en letra) (en número)

- En concepto de **Precio por diseño de stands:**
 euros/metro cuadrado€/m2.
 (en letra) (en número)

En, a de de 20...

Fdo.
 (Representante legal de la entidad)
 (Entidad)
 (Sello de la entidad)

En, a de de 20...

Fdo.
 (Representante legal de la entidad)
 (Entidad)
 (Sello de la entidad)



N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

Anexo II: Solicitud de Participación

D./D^a. , mayor de edad y N.I.F. en su propio nombre y representación/ en nombre y representación de la entidad con C.I.F..... en calidad de , con domicilio en la calle , nº..... piso/planta , letra....., en la ciudad de , C.P..... provincia de , País....., teléfono....., faxy dirección de **correo electrónico** , a los efectos de notificaciones que pudieran dimanar del presente escrito, por medio del presente,

SOLICITA participar en el expediente de licitación de referencia AJ..../.... relativo a y promovido por **PROMOTUR TURISMO CANARIAS, S.A.**, para lo cual presenta en tiempo y forma la documentación exigida conforme al Pliego de Cláusulas Administrativas y Técnicas que, a continuación, se relaciona:

- 1º.-
- 2º.-
- 3º.-
- 4º.-
- 5º.-
-
-

Aceptando, con esta presentación, de manera incondicional, la totalidad del contenido del pliego que rige la presente licitación, sin salvedad alguna.

En, a de de 20...

Fdo.
 (Representante legal de la entidad)
 (Entidad)
 (Sello de la entidad)



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

Anexo III: Declaración Responsable del Licitador

ANTE EL ÓRGANO DE CONTRATACIÓN DE PROMOTUR TURISMO CANARIAS, S.A. D./Dª.

....., mayor de edad y N.I.F.
 en su propio nombre y representación/ en nombre y representación de la entidad
 con C.I.F..... en calidad de
, con domicilio postal a los efectos de notificaciones
 que pudieran dimanar del presente escrito en la calle, nº.....
 piso/planta, letra....., en la ciudad de, C.P..... provincia de
 País, y electrónica
 por medio del presente,

DECLARA, bajo su responsabilidad que,

i) **Cumple** con las **condiciones de personalidad y representación**, no está incurso en **prohibiciones para contratar**, así como, de **capacidad para contratar con el sector público**, de solvencia exigidas por el **TRLCS**P y por el presente Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares y Prescripciones Técnicas que rigen la presente licitación AJ..../.... relativa a promovida por **PROMOTUR TURISMO CANARIAS, S.A.** y se encuentra al corriente del cumplimiento de las **obligaciones tributarias estatales y autonómicas**, con la **Seguridad Social y de seguridad y salud en el trabajo** y en particular, con las **obligaciones** establecidas en el **último convenio colectivo sectorial** vigente en el sector en el que se encuadre la empresa licitadora, así como de los derechos adquiridos por las plantillas y que es:

Convenio vigente de aplicación denominado,
 con fecha de aprobación..... de de⁵⁶

ii) **Dispone**, al tiempo de finalización del plazo de presentación de las proposiciones, de la **documentación que lo acredita** y que se **compromete a mantener su cumplimiento** durante el periodo de tiempo inherente al reconocimiento o ejercicio de éstos, asumiendo, expresamente, el compromiso de adscribir a la ejecución del contrato los **medios personales y materiales suficientes** para llevarla a cabo adecuadamente y que son los siguientes:

- a)
- b)
- c)

iii) **Declara** 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 que pudiera corresponder.

Y (si es de aplicación) **declara** comprometerse de manera vinculante a la suscripción, en caso de resultar adjudicatario, un **seguro de responsabilidad por riesgos profesionales**, dentro del plazo establecido por el Pliego que rige la licitación.

iv) **Acepta**, incondicionalmente, con la presentación de la proposición la totalidad del contenido del presente pliego, sin salvedad alguna.

v) **Declara:**

- Ser una **PYME** (*), esto es una pequeña y mediana empresa.
- No ser una **PYME** (*), esto es, no ser una pequeña o mediana empresa.

(*) Se entiende incluido en tal concepto las empresas que ocupan a menos de 250 personas y cuyo volumen de negocios anual no excede de 50 millones de euros o cuyo balance general no exceda de 43 millones de euros.

En prueba de ello, firma la presente declaración en, a de
 de 20...

Fdo.
 (Representante legal de la entidad)(Entidad)
 (Sello de la entidad)

⁵⁶ Indicar el convenio colectivo que será de aplicación a los trabajadores que realicen la actividad objeto de contrato.



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

Anexo IV: Texto del Testimonio Judicial o certificación administrativa o Declaración Responsable a otorgar antes una autoridad administrativa, notario público u organismo profesional cualificado⁵⁷

"MANIFIESTA

1.- Que ni el compareciente, ni la persona jurídica a la que representa, ni ninguno de sus administradores o representantes, se hallan incurso en supuesto alguno a los que se refiere el **artículo 60 del Real Decreto Legislativo 3/2011, de 14 de noviembre, de Texto Refundido de la Ley de Contratos del Sector Público (TRLCSP)**, en concreto:

a) No haber sido condenadas mediante sentencia firme por delitos de terrorismo , constitución o integración de una organización o grupo criminal , asociación ilícita , financiación ilegal de los partidos políticos , trata de seres humanos , corrupción en los negocios , tráfico de influencias , cohecho , prevaricación , fraudes , negociaciones y actividades prohibidas a los funcionarios , delitos contra la Hacienda Pública y la Seguridad Social , delitos contra los derechos de los trabajadores , malversación , blanqueo de capitales , delitos relativos a la ordenación del territorio y el urbanismo , la protección del patrimonio histórico y el medio ambiente , o a la pena de inhabilitación especial para el ejercicio de profesión, oficio, industria o comercio.

b) No haber sido sancionadas con carácter firme por infracción grave en materia profesional, de falseamiento de la competencia, de integración laboral, de igualdad de oportunidades y no discriminación de las personas con discapacidad y su inclusión social, en materia de relaciones laborales individuales o colectivas en relación al acoso sexual o de extranjería, de conformidad con lo establecido en la normativa vigente; por infracción muy grave en materia medioambiental, de acuerdo con lo establecido en la **Ley 21/2013, de 9 de diciembre, de evaluación ambiental**; en la **Ley 22/1988, de 28 de julio, de Costas**; en la **Ley 4/1989, de 27 de marzo , de Conservación de los Espacios Naturales y de la Flora y Fauna Silvestres**; en la **Ley 11/1997, de 24 de abril , de Envases y Residuos de Envases**; en la **Ley 10/1998, de 21 de abril, de Residuos**; en el **Texto Refundido de la Ley de Aguas**, aprobado por Real Decreto Legislativo 1/2001, de 20 de julio, y en la **Ley 16/2002, de 1 de julio, de Prevención y Control Integrados de la Contaminación**; o por infracción muy grave en materia laboral o social, de acuerdo con lo dispuesto en el **Texto Refundido de la Ley sobre Infracciones y Sanciones en el Orden Social**, aprobado por el Real Decreto Legislativo 5/2000, de 4 de agosto, así como por la infracción grave prevista en el artículo 22.2 del citado texto, así como análogas Leyes vigentes en la materia en la Comunidad Autónoma de Canarias.

c) No haber solicitado la declaración de concurso voluntario, ni haber sido declaradas insolventes en cualquier procedimiento, ni hallarse declaradas en concurso, salvo que en éste haya adquirido la eficacia un convenio, ni estar sujetos a intervención judicial o ni haber sido inhabilitados conforme a la **Ley 22/2003, de 9 de julio, Concursal**, sin que haya concluido el período de inhabilitación fijado en la sentencia de calificación del concurso.

d) Hallarse al corriente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias o de Seguridad Social impuestas por las disposiciones vigentes; o en el caso de empresas de 50 o más trabajadores, cumplir el requisito de que al menos el 2 por ciento de sus empleados sean trabajadores con discapacidad , de conformidad con el **artículo 42 del Real Decreto Legislativo 1/2013, de 29 de noviembre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley General de derechos de las personas con discapacidad y de su inclusión social**.

⁵⁷ Artículo 60, 73 y 146.1.c).



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

e) No haber incurrido en falsedad al efectuar la declaración responsable a que se refiere el **artículo 146 del TRLCSP** o al facilitar cualesquiera otros datos relativos a su capacidad y solvencia, o no haber incumplido, por causa que le sea imputable, la obligación de comunicar la información que corresponda en materia de clasificación y la relativa a los registros de licitadores y empresas clasificadas.

f) No estar afectado por una prohibición de contratar impuesta en virtud de sanción administrativa firme, con arreglo a lo previsto en la **Ley 38/2003, de 17 de noviembre, General de Subvenciones**, o en la **Ley 58/2003, de 17 de diciembre, General Tributaria**.

g) No estar incurso la persona física o los administradores de la persona jurídica en alguno de los supuestos de la **Ley 5/2006, de 10 de abril, de Regulación de los Conflictos de Intereses de los Miembros del Gobierno y de los Altos Cargos de la Administración General del Estado** o las respectivas normas de las Comunidades Autónomas, de la **Ley 53/1984, de 26 de diciembre, de Incompatibilidades del Personal al Servicio de las Administraciones Públicas** o tratarse de cualquiera de los cargos electivos regulados en la Ley Orgánica 5/1985, de 19 de junio, del Régimen Electoral General, en los términos establecidos en la misma.

h) No haber contratado a personas respecto de las que se haya publicado en el "Boletín Oficial del Estado" el incumplimiento a que se refiere el **artículo 18.6 de la Ley 5/2006, de 10 de abril, de Regulación de los Conflictos de Intereses de los Miembros del Gobierno y de los Altos Cargos de la Administración General del Estado** o en la legislación vigente en la Comunidad Autónoma de Canarias, incluida la **Ley 3/1997, 8 mayo, de Incompatibilidades de los miembros del Gobierno y altos cargos de la Administración Pública de la Comunidad Autónoma de Canarias**, por haber pasado a prestar servicios en empresas o sociedades privadas directamente relacionadas con las competencias del cargo desempeñado durante los dos años siguientes a la fecha de cese en el mismo .

i) No haber retirado indebidamente su proposición o candidatura en un procedimiento de adjudicación, o no haber imposibilitado la adjudicación del contrato a su favor por no cumplimentar lo establecido en el **apartado 2 del artículo 151 del TRLCSP** dentro del plazo señalado mediando dolo, culpa o negligencia.

j) No haber dejado de formalizar el contrato, que ha sido adjudicado a su favor, en los plazos previstos en el **artículo 156. 3 del TRLCSP** por causa imputable al adjudicatario.

k) No haber incumplido las cláusulas que son esenciales en el contrato, incluyendo las condiciones especiales de ejecución establecidas de acuerdo con lo señalado en el **artículo 118 TRLCSP**, cuando dicho incumplimiento hubiese sido definido en los pliegos o en el contrato como infracción grave, concurriendo dolo, culpa o negligencia en el empresario, y siempre que haya dado lugar a la imposición de penalidades o a la indemnización de daños y perjuicios .

l) No haber dado lugar, por causa de la que hubiesen sido declarados culpables, a la resolución firme de cualquier contrato celebrado con una entidad de las comprendidas en el artículo 3 del TRLCSP.

2.- Que no ha participado en la elaboración de las especificaciones técnicas o de los documentos preparatorios del contrato que se licita, en los términos del **artículo 56.1 del TRLCSP**.

3. Que se halla al corriente del cumplimiento de las obligaciones tributarias y con la Seguridad Social impuestas por las disposiciones vigentes,

4.- Que da el consentimiento para permitir al órgano de contratación de **PROMOTUR TURISMO CANARIAS, S.A.** obtener de forma directa la acreditación de los requisitos exigidos al propuesto como adjudicatario conforme al **artículo 151.2. del TRLCSP**".



Unión Europea

N/ref:	AJ 9/18AA
Proc.	Abierto/Armonizado
Obj.	"Servicio consistente en la planificación, contratación y gestión de espacios publicitarios y feriales para la difusión de campañas y acciones y contenidos de la marca turística Islas Canarias cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)".
Pliego	

Anexo V: Modelo de solicitud y autorización de constitución de la garantía definitiva mediante retención de parte del precio del contrato.

D./D^a mayor de edad, con N.I.F. nº..... en nombre y representación de la entidad..... con C.I.F. en calidad de, con domicilio a efectos de notificaciones que pudieran dimanar del presente escrito en en la ciudad de.....CP..... provincia de....., País....., habiendo sido requerido para la constitución de garantía definitiva en la licitación AJ.../.... a instancia de **PROMOTUR TURISMO CANARIAS, S.A.** por medio del presente,

SOLICITA que se proceda a la constitución de la garantía definitiva, relativa al expediente de licitación de referencia, y por ende, **AUTORIZA** a **PROMOTUR TURISMO CANARIAS, S.A.** a la retención de parte del importe correspondiente al precio del contrato **que asciende a la cantidad de euros (.....€) equivalente al 5% del importe de adjudicación en concepto de garantía definitiva,** que se llevará a cabo en el primer abono o, en su caso, en el pago del importe total del contrato y hasta que ésta disponga su cancelación o devolución, de acuerdo con lo establecido en el artículo 96.2 del Texto refundido de la Ley de Contratos del Sector Público y el art. 61.5 del RGCAP.

En, a.....de de 20....

Fdo:.....
(Representante legal de la entidad)
(Entidad)
(Sello de la entidad)