

**SERVICIO DE DISEÑO Y CREACIÓN PUBLICITARIA (GRÁFICA Y DIGITAL),
ASESORAMIENTO, PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y REPRESENTACIÓN EN LA
COMPRA DE MEDIOS DIGITALES Y MEDIACION Y COMPRA DE MEDIOS OFFLINE
DE LAS CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD PARA IFEMA (INSTITUCIONAL Y DE FERIAS,
EVENTOS, PRODUCTOS O SERVICIOS RELACIONADOS CON SU ACTIVIDAD)**

**EXP.- 19/007
SOL. PEDIDO: 2000014153
SOL. PEDIDO: 2000013924**

**Comisión de Compras y Contratación
Madrid, enero de 2019**

CUADRO RESUMEN DE CARACTERÍSTICAS DE PLIEGO DE BASES

EXP.: 19/007 – 2000014153 / 2000013924

A- DENOMINACIÓN DEL CONTRATO.-

SERVICIO DE DISEÑO Y CREACIÓN PUBLICITARIA (GRÁFICA Y DIGITAL), ASESORAMIENTO, PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y REPRESENTACIÓN EN LA DE COMPRA DE MEDIOS DIGITALES Y MEDIACION Y COMPRA DE MEDIOS OFFLINE DE LAS CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD PARA IFEMA (INSTITUCIONAL Y DE FERIAS, EVENTOS, PRODUCTOS O SERVICIOS RELACIONADOS CON SU ACTIVIDAD)

B- PROCEDIMIENTO DE CONTRATACIÓN.-

PROCEDIMIENTO ORDINARIO CON PUBLICIDAD.

C- CÓDIGO CPV.-

79340000-9 Servicios de publicidad y de marketing

D- PERIODO DE CONTRATACIÓN.-

24 MESES DESDE LA FORMALIZACIÓN DEL CONTRATO, PREVISTA PARA EL MES DE MARZO DE 2019, CON POSIBILIDAD DE PRÓRROGA/S DE CONTRATO PARA TRES ANUALIDADES ADICIONALES, DE ANUALIDAD EN ANUALIDAD. LAS PRÓRROGAS SE ACORDARÁN POR EL ÓRGANO DE CONTRATACIÓN Y SERÁN OBLIGATORIAS PARA LOS ADJUDICATARIOS, SIEMPRE QUE SU PREAVISO SE PRODUZCA AL MENOS CON CINCO MESES DE ANTELACIÓN A LA FINALIZACIÓN DEL CONTRATO O SU PRÓRROGA.

E- PRESUPUESTO MÁXIMO DE LICITACIÓN.-

LOTE 1: Medios Digitales y Creación Publicitaria.

2.990.300 EUROS (IVA EXCLUIDO), desglosado en las siguientes partidas:

- Honorarios por Servicio de Asesoramiento, gestión, representación de compra y servicio creativo: 516.000€ para los 2 años de contratación.
- Diseño y creación publicitaria (gráfica y digital): 2.134.000€, para los 2 años de contratación.
- Coste de tecnología: se estima en un máximo del 10% sobre el volumen de inversión directa en medios: 340.300€ para los 2 años de contratación.

Al margen de las cifras anteriores, se prevé la cifra de bonus máximo a alcanzar por importe anual de 85.075 €, pudiendo alcanzar un volumen para los dos años de contratación de 170.150 €

Se estima una previsión de inversión neta en compra directa a medios online para el período de contratación de 3.403.000€. La agencia adjudicataria será la encargada de la mediación y representación de IFEMA en la compra.

LOTE 2: Mediación y compra de medios Offline.

4.480.274 EUROS (IVA EXCLUIDO) a invertir en su totalidad en la compra de medios, integrando los correspondientes importes de las comisiones de agencia por servicio o por gestión.

F- GARANTÍAS.-

GARANTÍA PROVISIONAL.-

LOTE 1: 75.000 euros

LOTE 2: 75.000 euros

GARANTÍA DEFINITIVA.-

LOTE 1 5% DEL IMPORTE DE ADJUDICACIÓN DEL LOTE

LOTE 2 5% DEL IMPORTE DE ADJUDICACIÓN DEL LOTE

ÍNDICE

PÁG.

1. OBJETO DEL CONTRATO.-	5
2. PROCEDIMIENTO DE CONTRATACIÓN.-	6
3. PARTICIPANTES.-	6
4. CPV	6
5. PERIODO DE CONTRATACIÓN.-	6
6. DIVISIÓN EN LOTES.	7
7. PRESUPUESTO MÁXIMO DE LICITACIÓN.-	7
8. MODIFICACIONES DEL CONTRATO.-	8
9. VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO.-	8
10. REVISIÓN DE PRECIOS.-	9
11. FACTURACIÓN Y FORMA DE PAGO.-	9
12. CONSULTAS	11
13. PERFIL DE CONTRATANTE.-	11
14. GARANTÍA PROVISIONAL.-	11
15. GARANTÍA DEFINITIVA.-	13
16. CAPACIDAD JURÍDICA Y AUSENCIA DE PROHIBICIÓN PARA CONTRATAR.-	14
17. PROPOSICIÓN Y DOCUMENTOS. PLAZO DE PRESENTACIÓN.-	18
18. IDIOMA	18
19. DOCUMENTACIÓN A PRESENTAR	18
20. APERTURA DE OFERTAS. -	22
21. CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN DEL CONTRATO.-	25
22. ADJUDICACIÓN DEL CONTRATO.-	32
23. OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA.-	33
24. EXTINCIÓN DEL CONTRATO.-	37
25. PROTECCIÓN DE DATOS.-	38
26. CONFIDENCIALIDAD DE LA INFORMACIÓN.-	38
27. RÉGIMEN JURÍDICO DEL CONTRATO.-	39
28. NORMAS APLICABLES.-	39
ANEXO I	40
ANEXO II	65
ANEXO III	91

SOLICITUD DE OFERTAS PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE DISEÑO Y CREACIÓN PUBLICITARIA (GRÁFICA Y DIGITAL), ASESORAMIENTO, PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y REPRESENTACIÓN EN LA COMPRA DE MEDIOS DIGITALES Y MEDIACION Y COMPRA DE MEDIOS OFFLINE DE LAS CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD PARA IFEMA (INSTITUCIONAL Y DE FERIAS, EVENTOS, PRODUCTOS O SERVICIOS RELACIONADOS CON SU ACTIVIDAD)

1. OBJETO DEL CONTRATO.-

El contrato que se regirá por el presente Pliego de Bases tiene por objeto lo especificado en el encabezamiento con arreglo a las condiciones técnicas unidas al expediente y que se dan por reproducidas y se consideran como parte integrante del presente Pliego.

LOTE 1: Medios Digitales y Creación publicitaria:

La prestación del servicio de asesoramiento, planificación estratégica, mediación en la compra de medios digitales, seguimiento y optimización de campañas en base a los objetivos de la Institución.

IFEMA requiere trabajar con soluciones basadas en la suite de Google preferiblemente. IFEMA será también propietaria de la data generada.

La prestación del servicio de diseño y creación publicitaria tanto para las acciones de comunicación y publicidad corporativas como para las de las ferias organizadas por IFEMA o para los eventos, productos o servicios relacionados con su actividad.

LOTE 2: Mediación y Compra de Medios Offline:

La prestación del servicio de una Agencia de Medios para la mediación y compra de espacios publicitarios en medios Offline de las campañas de publicidad de IFEMA (corporativa o de ferias y de los productos o servicios relacionados con su actividad).

La agencia adjudicataria del LOTE 2 podrá cursar órdenes publicitarias en nombre de IFEMA desde la fecha de firma del contrato hasta la finalización del mismo.

La agencia adjudicataria quedará obligada a finalizar los servicios asociados al seguimiento de la difusión, evaluación y cierre de las campañas cursadas durante el periodo de vigencia del contrato.

El Pliego de Bases y, en su caso, los Pliegos Técnicos, revestirán carácter contractual, por lo que la presentación de ofertas implicará ACEPTACIÓN INCONDICIONADA y conocimiento pleno del ofertante del contenido total de dichas cláusulas así como de las Instrucciones Internas de Contratación sin salvedad alguna.

Los licitadores interesados deberán presentar oferta individualizada a cualquier de los lotes de su interés, a un solo lote o a los dos. La adjudicación se realizará a la mejor oferta de cada de uno, pudiendo adjudicarse, si así procediera, al mismo adjudicatario si dispusiera de la mejor oferta en los dos lotes, de acuerdo con las puntuaciones obtenidas a través de los criterios de valoración de las ofertas.

2. PROCEDIMIENTO DE CONTRATACIÓN.-

El contrato se adjudicará por procedimiento ordinario con publicidad.

3. PARTICIPANTES.-

Pueden presentar ofertas para optar a la adjudicación, aquellas personas físicas o jurídicas que acrediten capacidad técnica y profesional suficiente, conforme a lo previsto en este pliego de bases y sus anexos, para llevar a buen término todos los trabajos que se encomiendan en el presente pliego.

Si varias empresas concurren mediante compromiso de constitución de una unión temporal de empresas, cada uno de los empresarios comprometidos en su constitución deberá acreditar los requisitos establecidos en la Documentación administrativa, salvo los correspondientes a la "Garantía provisional y solvencia", que podrán ser cumplidos complementariamente entre las empresas comprometidas en la constitución de la U.T.E. Deberán acompañar, asimismo, una declaración expresa por la que se obliguen solidariamente frente a IFEMA, en la que indicarán los nombres y circunstancias de los empresarios que lo suscriben y el porcentaje de participación de cada uno de ellos. El citado documento deberá estar firmado por los representantes de cada una de las empresas.

4. CPV.

79340000-9 Servicios de publicidad y de marketing

5. PERIODO DE CONTRATACIÓN.-

La duración del contrato corresponderá al plazo de 2 años desde la formalización del contrato, prevista para el mes de marzo de 2019.

Se contempla la posibilidad de prórroga/s de contrato para tres anualidades adicionales, de anualidad en anualidad. Las prórrogas se acordarán por el órgano de contratación y serán obligatorias para los adjudicatarios, siempre que su preaviso se produzca al menos con cinco meses de antelación a la finalización del contrato o su prórroga.

6. DIVISIÓN EN LOTES.

Sí, según artículo 99, 3 b) de la LCSP.

2 LOTES:

LOTE 1: Medios Digitales y Creación Publicitaria

LOTE 2: Mediación y Compra de Medios Offline

Los licitadores interesados deberán presentar oferta individualizada a cualquier de los lotes de su interés, a un solo lote o a los dos. La adjudicación se realizará a la mejor oferta de cada de uno, pudiendo adjudicarse, si así procediera, al mismo adjudicatario si dispusiera de la mejor oferta en los dos lotes, de acuerdo con las puntuaciones obtenidas a través de los criterios de valoración de las ofertas.

7. PRESUPUESTO MÁXIMO DE LICITACIÓN.-

LOTE 1: Medios Digitales y Creación Publicitaria:

El presupuesto máximo de licitación, para el período de contratación es de 2.990.300 € (DOS MILLONES NOVECIENTOS NOVENTA MIL TRESCIENTOS EUROS), IVA no incluido. Se desglosa en los siguientes conceptos:

- Honorarios por Servicio de Asesoramiento, gestión, representación de compra y servicio creativo: 516.000€ (QUINIENTOS DIECISEIS MIL EUROS), IVA no incluido para los 2 años de contratación.
- Coste de tecnología: se estima en un máximo del 10% sobre el volumen de inversión directa en medios: 340.300€ (TRESCIENTOS CUARENTA MIL TRESCIENTOS EUROS), IVA no incluido para los 2 años de contratación.
- Diseño y creación publicitaria (gráfica y digital): 2.134.000 € (DOS MILLONES CIENTO TREINTA Y CUATRO MIL EUROS), IVA no incluido para los 2 años de contratación.

El ofertante tendrá en cuenta que existe la posibilidad de conseguir un Bonus máximo a alcanzar por importe anual de 85.075 €, pudiendo alcanzar un volumen para los dos años de contratación de 170.150€, teniendo en cuenta se marca una horquilla en función del grado de consecución de objetivos marcados y sobre la inversión publicitaria realizada.

La INVERSIÓN EN COMPRA DE MEDIOS DIGITALES en representación de IFEMA, que es independiente y no interfiere en el presupuesto de licitación del LOTE 1 del presente pliego y no afecta a la oferta que se solicita.

Se estima una previsión de inversión neta en compra directa a medios online para el período de contratación de 3.403.000 € (TRES MILLONES CUATROCIENTOS TRES MIL EUROS), IVA no incluido para los 2 años de contratación.

LOTE 2: Mediación y Compra de Medios Offline

El importe de inversión en medios offline, incluidas comisiones de Agencia por servicio o por gestión, para el período de contratación es de 4.480.274 € (CUATRO MILLONES CUATROCIENTOS OCHENTA MIL DOSCIENTOS SETENTA Y CUATRO EUROS), IVA no incluido. IFEMA prevé la inversión total por lo que la adjudicación de la licitación será determinada por la puntuación más alta entre las ofertas presentadas.

El precio del contrato será el del presupuesto base de licitación.

8. MODIFICACIONES DEL CONTRATO.-

El ofertante tendrá en cuenta que cabe la posibilidad de que IFEMA acuerde la modificación del presente contrato para aumentar el volumen de los servicios objeto del mismo, en la proporción adecuada para atender el incremento de las necesidades que se produzcan como consecuencia de la estrategia de negocio de la compañía.

Las modificaciones señaladas podrían suponer, de forma conjunta, una variación al alza en un máximo de un 50% de la estimación de contratación.

Lote 1: 1.495.150 euros

Lote 2: 2.240.137 euros

Las modificaciones del contrato tendrán carácter obligatorio para el adjudicatario del servicio.

Antes de proceder a la modificación del contrato, y previamente a alcanzar el importe estimado citado, se dará audiencia al adjudicatario; una vez oídas las alegaciones del adjudicatario se deberá formalizar la modificación en documento firmado por ambas partes, que se incorporará a la documentación del contrato.

9. VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO.-

El valor estimado del contrato para el plazo total de ejecución de los 24 meses de contrato objeto de este pliego y sus posibles modificaciones y sus posibles prorrogas, tendrían un valor en conjunto de:

LOTE 1: Medios Digitales y Creación Publicitaria: 8.970.900 € (OCHO MILLONES NOVECIENTOS SETENTA MIL NOVECIENTOS EUROS), excluido el IVA correspondiente, con el siguiente detalle:

- 2.990.300 € (DOS MILLONES NOVECIENTOS NOVENTA MIL TRESCIENTOS EUROS), IVA no incluido, importe de 2 años.

- 1.495.150 € (UN MILLÓN CUATROCIENTOS NOVENTA Y CINCO MIL CIENTO CINCUENTA EUROS), IVA no incluido, importe del posible modificado.
- 4.485.450 € (CUATRO MILLONES CUATROCIENTOS OCHENTA Y CINCO MIL CUATROCIENTOS CINCUENTA EUROS), IVA no incluido, importe de las posibles prórrogas.

Las partidas que componen el valor estimado del contrato son los honorarios, tecnología y la creación del contenido creativo. A tener en cuenta para las posibles prórrogas que puedan llevarse a cabo:

- El valor de los honorarios permanecerá invariable durante la duración del contrato y sus posibles prórrogas
- El importe de la tecnología de la oferta económica publicada por el adjudicatario se mantendrá aunque el volumen de la inversión en medios digitales varíe.
- Creatividad: se trata de un volumen estimado por lo que puede variar a lo largo de la vigencia del contrato.

LOTE 2: Mediación y Compra de Medios Offline: 13.440.822 € (TRECE MILLONES CUATROCIENTOS CUARENTA MIL OCHOCIENTOS VEINTIDÓS EUROS), excluido el IVA correspondiente, con el siguiente detalle:

- 4.480.274€ (CUATRO MILLONES CUATROCIENTOS OCHENTA MIL DOSCIENTOS SETENTA Y CUATRO EUROS), IVA no incluido, importe de 2 años.
- 2.240.137€ (DOS MILLONES DOSCIENTOS CUARENTA MIL CIENTO TREINTA Y SIETE EUROS), IVA no incluido, importe del posible modificado
- 6.720.411 € (SEIS MILLONES SETECIENTOS VEINTE MIL CUATROCIENTOS ONCE EUROS) importe de las posibles prórrogas

Sin que IFEMA quede obligada a llevar a efecto el total de la cuantía del servicio

10. REVISIÓN DE PRECIOS.-

El contrato no contempla la posibilidad de revisión de precios durante el periodo de contratación, según el artículo 103 de la LCSP, y la Ley 2/2015, de 30 de marzo, de desindexación de la economía española. Por tanto, los precios y porcentajes propuestos por el adjudicatario se mantendrán fijos durante todo el periodo de duración de contrato y sus prórrogas.

11. FACTURACIÓN Y FORMA DE PAGO.-

Las facturas - con referencia al pedido asignado por IFEMA para cada trabajo-, deben recibirse en el Departamento de Contabilidad, en un plazo máximo de 10 días desde la finalización de la prestación del servicio. Una vez conformada la factura, se procederá

a su pago mediante transferencia con vencimiento a 60 días contados desde la fecha de finalización del servicio. En caso de recepcionarse la factura en el departamento de Contabilidad después de los 10 días autorizados, prevalecerá la fecha de recepción de ésta para el cálculo del plazo de pago.

Las facturas relativas a estos servicios, se acompañarán de los correspondientes comprobantes de inserción que correspondan en cada caso.

Los trabajos se facturarán del siguiente modo:

LOTE 1: Medios Digitales y Creación Publicitaria

- Fee mensual (contempla el concepto de honorarios de servicio y de honorarios de servicios creativos): se facturará mensualmente, a mes vencido, dentro de los 10 primeros días del mes consecutivo a la prestación del servicio.
- Campañas Publicitarias: se enviará factura mensual, a mes vencido, dentro de los 10 primeros días de cada mes. La factura desglosará los importes por campaña y el coste de tecnología.
- Bonus: El bonus del primer año se facturará el mes en que se publica el Informe de AFE, previsto para el mes de mayo. El bonus del segundo año se facturará durante el mes de enero del año 2021.
- Artes finales de los elementos de creación publicitaria realizados, en base al tarifario de precios ofertado:
 - o En el caso de formatos off (print): a la entrega de cada arte final. El concepto de arte final incluye los costes de producción fotográfica, retoque, alquiler de imágenes, generación de ilustraciones, etc necesarios para la consecución del mismo. Puede darse el caso de producciones más complejas que requieran el pago de un primer porcentaje a la aceptación del presupuesto de producción para la puesta en marcha de la misma. Estos casos particulares se estudiarán en el momento de producirse.
 - o En el caso de formatos on: preferiblemente agrupados por campañas, a la finalización de la misma. En el caso de tratarse de piezas puntuales, a la entrega de la misma.

LOTE 2: Mediación y Compra de Medios Offline

La agencia adjudicataria podrá enviar:

- Una factura por la campaña de cada feria, producto o servicio relacionado con la actividad de IFEMA que recoja todos los medios y soportes contratados en la campaña.
- Facturas parciales de la campaña de una misma feria, producto o servicio relacionado con la actividad de IFEMA, por cada uno de los medios contratados en la campaña hasta completar el total de facturación, que corresponderá con el

importe total del plan de medios cuya orden haya cursado previamente el Dpto. de Marketing de IFEMA.

- Facturas independientes por inserciones puntuales, reflejando en la factura el producto o servicio que la originó (IFEMA o nombre de la feria, producto o servicio)
- Factura mensual en el caso de contrataciones con continuidad en el tiempo, habitualmente del área corporativa, a mes vencido, dentro de los 10 primeros días de cada mes. Pudiendo realizarse una factura por medio y soporte mensual o una factura global por mes que recoja toda la contratación cursada en el mes para el área corporativa o para la feria o producto que corresponda.

Todas las facturas relativas a la mediación y compra de las campañas de publicidad de IFEMA en Medios Offline se acompañarán de los correspondientes comprobantes de inserción que correspondan en cada caso y referenciarán si la campaña es corporativa (IFEMA) o si corresponde a una feria (ejemplo: IFEMA- ALMONEDA) o al producto o servicio que se indique, debiendo reflejar en la factura el número de pedido asignado por IFEMA.

12. CONSULTAS

Todos los ofertantes podrán formular por escrito, hasta el 25 de enero de 2019 a las 14:00 h., cuantas aclaraciones precisen, remitiendo la solicitud de las citadas aclaraciones a través del perfil del contratante del expediente.

IFEMA, tras la finalización del mencionado periodo, procederá a publicar en el Perfil del Contratante las consultas realizadas y las correspondientes contestaciones de IFEMA.

13. PERFIL DE CONTRATANTE.-

En la página web de IFEMA (www.ifema.es, apartado de Concursos y Licitaciones) podrá consultarse el perfil del contratante de IFEMA en el que se incluirán cualesquiera datos e informaciones referentes a este concurso y, en particular, las modificaciones y correcciones de erratas que afecten a este Pliego, las consultas planteadas por los licitadores y la adjudicación del contrato. Sin perjuicio de lo anterior, la adjudicación se notificará también personalmente al interesado.

La publicación de cualquier información general en el perfil del contratante produce plenos efectos desde el momento de su publicación.

14. GARANTÍA PROVISIONAL.-

El ofertante deberá incorporar en el sobre o archivo electrónico de Documentación Administrativa, el documento acreditativo de haber constituido a disposición de IFEMA la garantía provisional, que asciende a la cantidad que se detalla a continuación:

LOTE 1: 75.000 EUROS
LOTE 2: 75.000 EUROS

La garantía podrá depositarse en metálico, aval bancario o contrato de seguro de caución, o mediante cualquiera de los medios previstos en las normas de contratación pública.

En la aportación de las garantías mediante aval o seguro de caución solo se admitirá el documento original electrónico o en copia electrónica auténtica, de conformidad con el artículo 28.4 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, de régimen jurídico de las Administraciones Públicas. No obstante, IFEMA podrá admitir copia digital del aval o seguro de caución, firmada electrónicamente, en cuyo caso, el licitador se compromete a aportar el documento original en papel en el momento en que sea requerido por IFEMA.

Si la garantía se presta en metálico, deberá ingresarse en la cuenta corriente abierta a nombre de IFEMA que se cita a continuación, indicando el procedimiento selectivo mediante la cita, al menos, del número de expediente de contratación:

BANCO SABADELL
IBAN ES23 0081 5136 70 0001425550
Swift BSABESBB

La garantía provisional deberá estar constituida antes del vencimiento del plazo de presentación de ofertas. Cuando se preste en metálico, se entenderá constituida cuando el ingreso (por el importe total exigido en concepto de garantía) tenga efectiva entrada en la cuenta bancaria de IFEMA antes del vencimiento del plazo de presentación de ofertas.

La garantía provisional se extinguirá automáticamente y será devuelta a los licitadores inmediatamente después de la adjudicación del contrato. En todo caso, la garantía será retenida al licitador cuya proposición hubiera sido seleccionada para la adjudicación hasta que proceda a la constitución de la garantía definitiva, e incautada a las empresas que retiren injustificadamente su proposición antes de la adjudicación. La devolución se producirá mediante la puesta a disposición del licitador, en el departamento de Tesorería de IFEMA del documento acreditativo de la garantía constituida, o mediante la devolución a través de cheque nominativo del importe en metálico depositado (opcionalmente se podrá realizar una transferencia bancaria, en el caso de designación de una cuenta bancaria nominativa cuyo único titular sea el licitador siempre que así se comunique a IFEMA de manera fehaciente, mediante certificación de la entidad bancaria). La persona que pretenda hacerse cargo de tales documentos, deberá acreditar poder suficiente a tal fin.

Se incautará la garantía provisional a aquellos licitadores que retiren injustificadamente su proposición antes de la adjudicación. Se entenderá

injustificada, entre otras, la retirada que pretenda fundamentarse en error en la formulación de la oferta.

En todo caso la garantía provisional responderá del mantenimiento de las proposiciones presentadas por los licitadores hasta la adjudicación.

15. GARANTÍA DEFINITIVA.-

1.- El contratista deberá prestar una garantía definitiva del cinco por ciento (5%) del presupuesto de licitación. Esta garantía se podrá presentar en cualquiera de las formas admitidas para la garantía provisional, es decir, metálico, aval bancario o contrato de seguro de caución o mediante cualquiera de los medios previstos en las normas de contratación pública.

En la aportación de las garantías mediante aval y seguro de caución sólo se admitirá el documento original electrónico o copia electrónica auténtica, de conformidad con el artículo 28.4 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público. No obstante, IFEMA podrá admitir copia digital del aval o seguro de caución, firmada electrónicamente, en cuyo caso, el licitador se compromete a aportar el documento original en papel en el momento en que sea requerido por IFEMA.

Si la garantía se presta en metálico, deberá ingresarse en la cuenta corriente abierta a nombre de IFEMA que se cita a continuación, indicando el procedimiento selectivo mediante la cita, al menos, del número de expediente de contratación:

BANCO SABADELL
IBAN ES23 0081 5136 70 0001425550
Swift BSABESBB

Esta garantía deberá constituirse en el plazo y forma previstos en la Cláusula 19.1 de este Pliego.

2.- La garantía definitiva responderá de los siguientes conceptos:

- De las penalidades impuestas al contratista por razón de la ejecución del contrato, cuando aquéllas no puedan deducirse del pago de las facturas recibidas del mismo.
- De la pérdida que pueda decretarse en los casos de resolución del contrato, de acuerdo con lo establecido en el mismo, sin perjuicio del derecho de IFEMA al resarcimiento, además, de los daños y perjuicios que el adjudicatario ocasionara a la misma con motivo de la ejecución del contrato, en lo que exceda del importe de la garantía definitiva incautada.
- De los gastos originados por demora del contratista en el cumplimiento de sus obligaciones y de los daños y perjuicios causados por el contratista en supuestos de incumplimiento del mismo, sin resolución del contrato.

3.- Cuando como consecuencia de la modificación del contrato experimente variación el precio del mismo, se reajustará la garantía en el plazo de quince días contado desde la fecha en la que se notifique al empresario el acuerdo de modificación, para que guarde la debida proporción con el precio del contrato resultante de su modificación. De no cumplirse estos requisitos por causas imputables al contratista, IFEMA podrá declarar resuelto el contrato por culpa del contratista, con incautación de la garantía definitiva e indemnización además, en lo que exceda del importe de la garantía incautada, de los daños y perjuicios causados.

4.- La garantía definitiva deberá permanecer vigente durante toda la vida del contrato y hasta su completa extinción, incluido el periodo de garantía si lo hubiere. La garantía será liberada dentro del plazo de dos meses contados a partir de esa fecha, previa petición por parte del contratista.

La devolución se producirá mediante la puesta a disposición del licitador, en el departamento de Tesorería de IFEMA del documento acreditativo de la garantía constituida, o mediante la devolución a través de cheque nominativo del importe en metálico depositado (opcionalmente se podrá realizar una transferencia bancaria, en el caso de designación de una cuenta bancaria nominativa cuyo único titular sea el licitador siempre que así se comunique a IFEMA de manera fehaciente, mediante certificación de la entidad bancaria). La persona que pretenda hacerse cargo de tales documentos, deberá acreditar poder suficiente a tal fin.

16. CAPACIDAD JURÍDICA Y AUSENCIA DE PROHIBICIÓN PARA CONTRATAR.-

1.- Podrán participar en la licitación de este contrato las personas naturales o jurídicas, españolas o extranjeras, que tengan plena capacidad de obrar, su actividad tenga directa relación con el objeto del contrato, según resulte de sus respectivos estatutos o reglas fundacionales, no estén incurso en alguna prohibición de contratar y acrediten su solvencia económica, financiera y técnica o profesional por los medios que se establecen en el apartado 5 del Anexo I del presente pliego.

Las Uniones de Empresarios (en adelante, UTE), deberán reunir además, los requisitos establecidos en el artículo 69 de la LCSP.

2. No podrán contratar con IFEMA con los efectos establecidos en el artículo 73 de la LCSP, las personas en quienes concurra alguna de las siguientes circunstancias:

a) 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.

La prohibición de contratar alcanzará a las personas jurídicas que sean declaradas penalmente responsables, y a aquéllas cuyos administradores o representantes, lo sean de hecho o de derecho, vigente su cargo o representación y hasta su cese, se encontraran en la situación mencionada en este apartado.

b) Haber sido sancionadas con carácter firme por infracción grave en materia profesional, de falseamiento de la competencia, de integración laboral y de igualdad de oportunidades y no discriminación de las personas con discapacidad, 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 (RCL 2013, 1776), de evaluación ambiental; en la Ley 22/1988, de 28 de julio (RCL 1988, 1642), de Costas; en la Ley 4/1989, de 27 de marzo (RCL 1989, 660), de Conservación de los Espacios Naturales y de la Flora y Fauna Silvestres; en la Ley 11/1997, de 24 de abril (RCL 1997, 1007), de Envases y Residuos de Envases; en la Ley 10/1998, de 21 de abril (RCL 1998, 1028), de Residuos; en el Texto Refundido de la Ley de Aguas, aprobado por Real Decreto Legislativo 1/2001, de 20 de julio (RCL 2001, 1824 y 2906), y en la Ley 16/2002, de 1 de julio (RCL 2002, 1664), 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 (RCL 2000, 1804 y 2136), así como por la infracción grave prevista en el artículo 22.2 del citado texto.

c) Haber solicitado la declaración de concurso voluntario, haber sido declaradas insolventes en cualquier procedimiento, hallarse declaradas en concurso, salvo que en éste haya adquirido la eficacia un convenio, estar sujetos a intervención judicial o haber sido inhabilitados conforme a la Ley 22/2003, de 9 de julio (RCL 2003, 1748), Concursal, sin que haya concluido el período de inhabilitación fijado en la sentencia de calificación del concurso.

d) No hallarse al corriente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias o de Seguridad Social impuestas por las disposiciones vigentes, en los términos que reglamentariamente se determinen; o en el caso de empresas de 50 o más trabajadores, no 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 (RCL 2013, 1746), por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley General de derechos de las personas con discapacidad y de su inclusión social, en las condiciones que reglamentariamente se determinen.

En relación con el cumplimiento de sus obligaciones tributarias o con la Seguridad Social, se considerará que las empresas se encuentran al corriente en el mismo cuando las deudas estén aplazadas, fraccionadas o se hubiera acordado su suspensión con ocasión de la impugnación de tales deudas.

e) Haber incurrido en falsedad al efectuar la declaración responsable a que se refiere el artículo 140 de la LCSP o al facilitar cualesquiera otros datos relativos a su capacidad y solvencia, o 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) 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 (RCL 2003, 2684), General de Subvenciones, o en la Ley 58/2003, de 17 de diciembre (RCL 2003, 2945), General Tributaria.

g) 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 (RCL 2006, 757), 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 (RCL 1985, 14), 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 (RCL 1985, 1463 y RCL 1986, 192), del Régimen Electoral General, en los términos establecidos en la misma.

La prohibición alcanzará a las personas jurídicas en cuyo capital participen, en los términos y cuantías establecidas en la legislación citada, el personal y los altos cargos a que se refiere el párrafo anterior, así como los cargos electos al servicio de las mismas.

La prohibición se extiende igualmente, en ambos casos, a los cónyuges, personas vinculadas con análoga relación de convivencia afectiva, ascendientes y descendientes, así como a parientes en segundo grado por consanguinidad o afinidad de las personas a que se refieren los párrafos anteriores, cuando se produzca conflicto de intereses con el titular del órgano de contratación o los titulares de los órganos en que se hubiere delegado la facultad para contratar o los que ejerzan la sustitución del primero.

Concurrirá causa de incompatibilidad para contratar en relación con aquellas empresas privadas de cuyos órganos de administración u órganos rectores formen parte el Director General o alguno de los miembros del Equipo de Dirección de IFEMA, o sus cónyuges o demás personas en los términos señalados en el párrafo anterior.

h) 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 las respectivas normas de las Comunidades Autónomas, 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. La prohibición de contratar se mantendrá durante el tiempo que permanezca dentro de la organización de la empresa la persona contratada con el límite máximo de dos años a contar desde el cese como alto cargo.

2. Además de las previstas en el apartado anterior, son circunstancias que impedirán a los empresarios contratar con IFEMA, en las condiciones establecidas en el artículo 73 de la LCSP las siguientes:

a) Haber retirado indebidamente su proposición o candidatura en un procedimiento de adjudicación, o haber imposibilitado la adjudicación del contrato a su favor por no cumplimentar lo establecido en el apartado 2 del artículo 150 de la LCSP dentro del plazo señalado mediando dolo, culpa o negligencia.

b) Haber dejado de formalizar el contrato, que ha sido adjudicado a su favor, en los plazos previstos en el artículo 153 de la LCSP por causa imputable al adjudicatario.

c) 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 202, 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.

d) 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 de la LCSP.

3. Las prohibiciones de contratar afectarán también a aquellas empresas de las que, por razón de las personas que las rigen o de otras circunstancias, pueda presumirse que son continuación o que derivan, por transformación, fusión o sucesión, de otras empresas en las que hubiesen concurrido aquéllas.

Si IFEMA tuviese conocimiento de alguna de estas circunstancias con posterioridad a la celebración del contrato, o si la vinculación antes aludida se produjese a lo largo del desarrollo de éste, IFEMA podrá resolverlo dejándolo sin efecto, con derecho a exigir del empresario el resarcimiento de daños y perjuicios que haya podido causar.

Los documentos acreditativos de la personalidad serán aportados en los supuestos y condiciones que se establecen en la Documentación Administrativa. El representante responderá de la vigencia y eficacia de sus facultades y de que están subsistentes y no han sido modificadas, ni revocadas.

El contrato se otorgará con una sola persona o entidad. No obstante, podrá concertarse con dos o más personas o entidades siempre que la oferta la hubieran formulado conjuntamente y en ella se incluya (i) el porcentaje de participación de cada una de ellas en el contrato de resultar adjudicatarios, (ii) una declaración expresa por la que se obliguen solidariamente frente a IFEMA y (iii) la designación de un representante o apoderado único con poderes suficientes para ejercitar los derechos y cumplir las obligaciones derivadas del contrato, y cuyas decisiones vincularán a los partícipes. Dicho representante o apoderado único será el interlocutor de IFEMA en todo lo que atañe al contrato.

17. PROPOSICIÓN Y DOCUMENTOS. PLAZO DE PRESENTACIÓN.-

Esta documentación, con las condiciones y demás elementos, podrá ser revisada o retirada en el perfil del contratante (www.ifema.es, apartado Concursos y Licitaciones) **a partir del día 21 de enero de 2019 hasta el día 6 de febrero de 2019**, ambos inclusive.

Hasta las 13:00 horas del día 6 de febrero de 2019, podrán entregarse las proposiciones y la documentación adjunta, exclusivamente de forma electrónica, a través del portal de licitación electrónica.

Cada empresario no podrá presentar más de una proposición. Tampoco podrá suscribir ninguna proposición en unión temporal con otros empresarios si lo ha hecho individualmente o figurar en más de una unión temporal. La contravención de estas prohibiciones dará lugar a la inadmisión de todas las proposiciones por él suscritas.

18. IDIOMA

Todos los documentos que conforman las propuestas tienen que ser presentados en idioma castellano. Las empresas extranjeras presentarán sus documentos traducidos de forma oficial al castellano

19. DOCUMENTACIÓN A PRESENTAR

Los documentos que se incluyan en los sobres y que requieran firma del licitador han de ser firmados electrónicamente por quien ostente la representación suficiente para ello.

En caso de que una oferta u otro documento que requiera firma haya de ser firmado por más de un apoderado, se deberán incorporar al documento las firmas electrónicas de todos los que deban intervenir.

La validez y suficiencia de esta representación se revisará por la Comisión de Compras en el momento en que proceda, que acordará la exclusión del licitador en caso de insuficiencia de la representación.

La presentación de sobres en la plataforma podrá realizarla cualquier trabajador de la empresa que disponga de certificado electrónico, **aunque los documentos en ellos contenidos deberán ser necesariamente rubricados por el/los apoderado/s de la compañía.**

SOBRE O ARCHIVO ELECTRÓNICO NÚM 1.- DOCUMENTACIÓN ADMINISTRATIVA.

Deberá contener la documentación recogida en el ANEXO I.

SOBRE O ARCHIVO ELECTRÓNICO NÚM 2.- DOCUMENTACIÓN TÉCNICA.

LOTE 1: Medios Digitales y Creación Publicitaria

Contendrá la documentación siguiente que está recogida en el PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS:

1. Roadmap para arranque del servicio: planificación de tareas a acometer para la puesta en marcha del servicio y calendario, en base al calendario de ferias de IFEMA. Propuesta de objetivos del servicio para el primer año de servicio.
2. Ejercicio de campaña digital corporativa a ALTO NIVEL de la ejecución, solicitado en el Pliego de Prescripciones Técnicas: Campaña Institucional de nuevo posicionamiento de marca.
3. Ejercicio de campaña de feria: propuesta de planificación de inversión en medios para el caso solicitado en el Pliego de Prescripciones Técnicas: el ejercicio práctico de campaña deberá incluir una propuesta/demo de Data Studio para IFEMA.
4. Propuesta de implementación de productos de Machine Learning para optimización de campañas.
5. Ejercicio creativo: propuesta de las piezas creativas a nivel de boceto necesarias para la ejecución de la campaña de feria propuesta en el Pliego de Prescripciones Técnicas.
6. Equipo humano propuesto para la prestación del servicio, en base a los perfiles mínimos requeridos en el Pliego de Prescripciones Técnicas
 - a. Años de experiencia desarrollando las tareas del perfil a cubrir y experiencia en otras especialidades digitales anteriores.
 - b. Certificaciones actuales (año 2017 y 2018) de cada componente del equipo.
 - c. Tamaño, en cuanto a presupuesto de campaña gestionado, de las cuentas que cada componente ha tenido asignadas durante los años 2017 y 2018.
 - d. Experiencia en desarrollo y ejecución de campañas B2B y en LinkedIn.
 - e. Nº de recursos asignados y porcentaje de dedicación por perfil en base a la tabla de Equipo Humano incluido en el Pliego de Prescripciones Técnicas.
Deberá cumplimentarse el cuadro de Equipo Humano incluido en el Pliego de Prescripciones Técnicas con el detalle de cada uno de los puntos detallado anteriormente.
7. Dossier de empresa: estructura de la empresa, sedes, organigrama departamental y personas que los integran, clientes actuales. No será objeto de valoración.

IFEMA SE RESERVA LA CAPACIDAD DE SOLICITAR AL OFERENTE QUE ACREDITE FEHACIENTEMENTE AQUELLA INFORMACIÓN O DOCUMENTACIÓN QUE CONSIDERE OPORTUNO. LA FALTA DE ACREDITACIÓN ADECUADA, IMPEDIRÁ LA POSIBILIDAD DE VALORACIÓN DE LA PROPUESTA.

LOTE 2: Mediación y Compra de Medios Offline

Contendrá la documentación siguiente que está recogida en el PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS:

1. Ejercicio táctico para la Campaña Offline del SALÓN DEL VEHÍCULO DE OCASIÓN 2019 con un presupuesto de 107.858€, IVA aparte. Se solicita definición de la estrategia y ejercicio táctico con el plan de medios de la campaña propuesta, acompañado de la evaluación para target 1 y target 2.
2. Ejercicio estratégico para una campaña institucional de lanzamiento de una nueva imagen corporativa con un presupuesto de 350.000€, IVA aparte. Se solicita definición de la estrategia y justificación de la misma respecto al mix de medios propuesto, volumen de inversión en cada medio y frecuencia, alcance y evaluación en los targets definidos. Asimismo se acompañará con un ejercicio de planificación táctica con enumeración de medios, formatos de anuncios, número de inserciones por soporte, importes de inversión y comisión, etc.
3. Equipo humano asignado a la cuenta de IFEMA

La información aportada no debe incluir datos personales.

- Responsable Ejecutivo asignado a la cuenta de IFEMA: se solicita CV con formación, perfil profesional, años de experiencia y trayectoria profesional. Asimismo deberá indicarse el % de dedicación a la cuenta de IFEMA.
- 1 supervisor de medios: se solicita CV con formación, perfil profesional, años de experiencia y trayectoria profesional. Asimismo deberá indicarse el % de dedicación a la cuenta de IFEMA.
- 1 planificador de medios con dedicación completa a la cuenta de IFEMA: se solicita CV con formación, perfil profesional, años de experiencia y trayectoria profesional.
- 1 planificador de medios: se solicita CV con formación, perfil profesional, años de experiencia y trayectoria profesional. Asimismo deberá indicarse el % de dedicación a la cuenta de IFEMA.

Ampliación del equipo mínimo propuesto

En todos ellos se valorarán los perfiles técnicos y profesionales, los años de experiencia laboral en el sector y la trayectoria profesional junto al porcentaje de dedicación a la cuenta de IFEMA.

4. Herramientas informáticas estándar o de desarrollo propio que, usadas para la planificación de medios, puedan aportar análisis de eficacia y retorno de inversión. O herramientas con desarrollo de modelos predictivos o de inteligencia artificial, que puedan dirigirse a la optimización de la inversión publicitaria y a la consecución de objetivos de campaña
5. Dossier de la empresa: estructura, organigrama funcional, equipos de trabajo y cartera actual de clientes –a título informativo, ya que no es objeto de valoración.

SOBRE O ARCHIVO ELECTRÓNICO NÚM 3.- OFERTA ECÓNOMICA Y DOCUMENTACIÓN RELATIVA A LOS CRITERIOS OBJETIVOS

LOTE 1: Medios Digitales y Creación Publicitaria

Contendrá la documentación siguiente:

Modelo de oferta económica, incluido en el Anexo II, al que se acompañará el siguiente detalle:

- Honorarios por Servicio de Asesoramiento, gestión, representación de compra y servicio creativo: importe total para los 24 meses de contrato detallado en el Anexo II como A.1. Honorarios.
- Ficha de precios unitarios de artes finales para medios offline recogidos en el Anexo II – Ficha A.3. con detalle de artes finales y piezas digitales.
- Ficha de piezas digitales recogida en el Anexo II – Ficha de Oferta Económica A.4. con detalle de artes finales y piezas digitales.
- Ficha de Costes de tecnología recogidos en el Anexo II – Ficha A.2. con costes de tecnología.

Documentación criterios objetivos:

Contendrá la siguiente documentación acreditando, en su caso:

- Ser Google Analytics Reseller.
- Ser Google Marketing Platform Reseller.

Así mismo, deberá cumplimentar la declaración responsable de criterios objetivos que se encuentra en el Anexo II del presente pliego.

En el contenido a presentar en el sobre 2 no se podrá hacer referencia alguna a los criterios objetivos que se han detallado anteriormente.

LOTE 2: Mediación y Compra de Medios Offline

Contendrá la documentación siguiente:

Modelo de la oferta económica, al que se acompañará el siguiente detalle:

- Cuadros cumplimentados con el porcentaje de descuento ofertado para cada medio y cada agrupación de soportes por tipología, que figuran en el ANEXO II.
- Comisión por servicio de agencia. No se admitirán comisiones negativas.
- Comisión por gestión en inserciones puntuales negociadas directamente por IFEMA (el volumen de inserciones puntuales negociadas se estima en un 3% sobre la inversión publicitaria en el periodo de contratación)

Las proposiciones que se aparten de los modelos incluidos en este Pliego podrán ser rechazadas. IFEMA, a su criterio, no obstante podrá admitir aquellos documentos que, aun apartándose del modelo, incorporen la totalidad y el detalle de la información solicitada en cada caso.

Las proposiciones que se aparten de los modelos incluidos en esta petición de ofertas podrán ser rechazadas. IFEMA, a su criterio, no obstante podrá admitir aquellos documentos que, aun apartándose del modelo, incorporen la totalidad y el detalle de la información solicitada en cada caso.

20. APERTURA DE OFERTAS. -

20.1.- Apertura de las proposiciones económicas:

Apertura del Sobre/ Archivo electrónico nº 1 y examen de la documentación acreditativa del cumplimiento de requisitos previos

Una vez finalizado el plazo de presentación de ofertas y previamente a la celebración de los actos de licitación la mesa de contratación calificará los documentos presentados en tiempo y forma contenidos en el Sobre/ Archivo electrónico nº 1, verificando que constan los documentos indicados en el Anexo I.

Si la Comisión de Compras observase defectos subsanables, concederá al licitador un plazo no superior de tres días hábiles, para que proceda a su subsanación. Si no se subsanase en plazo lo requerido se entenderá que el licitador desiste de su oferta

En ningún caso podrá otorgarse plazo de subsanación para permitir el cumplimiento materil tardío de requisitos impuestos al licitador.

Una vez examinada la documentación aportada, la mesa determinará las empresas admitidas a licitación, las rechazadas y las causas de su rechazo, según proceda.

Apertura del Sobre/ Archivo electrónico nº 2 y examen de la documentación técnica.

A continuación, en la fecha y hora determinada y publicada en el perfil del contratante, la Comisión de Compras y Contratación procederá, en su caso, a la apertura en acto público de la documentación técnica contenida en el Sobre/Archivo electrónico nº 2. Este acto comenzará notificando la resolución sobre la calificación de la documentación contenida en el Sobre/Archivo electrónico nº 1, los licitadores admitidos y excluidos y, las causas de exclusión de estos últimos.

En el acto público de apertura no se admitirá la presentación de documentos que no hubiesen sido entregados durante el plazo de admisión de ofertas o, en su caso, durante el plazo otorgado para la subsanación de defectos.

A continuación, entregará al órgano encargado de la revisión de la documentación contenida en el Sobre/ Archivo electrónico 2.

La documentación técnica será analizada con carácter previo a la apertura del sobre/ Archivo electrónico nº3 OFERTA ECONÓMICA.

La Comisión de Compras y Contratación podrá requerir cualquier aclaración de la documentación presentada por alguno de los ofertantes con el carácter fehaciente que considere necesario, para una mayor comprensión y adecuada valoración de las ofertas presentadas. En ningún caso se admitirá que por la vía de la aclaración se modifique o complete la propuesta presentada.

Serán motivos de exclusión de proposiciones, entre otros, los siguientes:

- a) Incumplimiento manifiesto de las especificaciones del presente Pliego, de sus Anexos o de las normas, reglamentos o instrucciones vigentes que resulten de aplicación al objeto de la licitación o a su realización.
- b) No consideración de la totalidad de los trabajos a realizar.
- c) Cálculos manifiestamente erróneos e indeterminaciones sustanciales.

Las proposiciones excluidas del procedimiento no serán tenidas en cuenta en la valoración de los criterios evaluables mediante fórmulas.

Apertura del Sobre/ Archivo electrónico nº3 y examen de la documentación para la valoración de los criterios evaluables mediante fórmulas.

Previa convocatoria que se anunciará en el Perfil del Contratante, se procederá a la apertura en acto público de la documentación del sobre/archivo electrónico nº 3 de los licitadores cuyas propuestas no hubieran sido excluidas. Antes de su apertura y en el mismo acto público, se notificará el resultado de la revisión de los documentos del sobre/archivo electrónico nº 2, "DOCUMENTACIÓN TECNICA", con expresión de las proposiciones admitidas y rechazadas, y la causa de su inadmisión.

Serán rechazadas aquellas propuestas que excedan del presupuesto base de licitación o comporten error manifiesto en el importe de la proposición, así como cuando existiese reconocimiento por parte del licitador de que adolece de error o inconsistencia que la hagan inviable.

Seguidamente o en un momento posterior, la Comisión de Compras y Contratación realizará su informe final de propuesta de adjudicación. Dicho informe versará sobre los criterios de adjudicación reseñados en este Pliego y según el baremo que se incluye en el mencionado apartado - CRITERIOS PARA LA ADJUDICACIÓN DEL CONTRATO- La Comisión de Compras y Contratación, de conformidad con el acta de apertura y el informe final de propuesta de adjudicación, elevará dicha propuesta al Órgano de Contratación, que tendrá la facultad de adjudicar el contrato a la proposición más ventajosa o declarar desierto el concurso, en los términos señalados en este Pliego.

La Comisión de Compras y Contratación, atendiendo a criterios económicos, podrá considerar temerarias aquellas propuestas que por sus características así se deban de entender, al no corresponder su valoración con la evaluación mínima de costes para desarrollar el servicio con garantías suficientes.

Todo ello de acuerdo con los siguientes cálculos que se realizarán una vez abiertas las ofertas económicas:

20.2. Ofertas desproporcionadas o temerarias:

De las ofertas admitidas se podrán considerar desproporcionadas o temerarias las ofertas que se encuentren en los siguientes supuestos:

- Cuando, concurriendo un solo licitador, sea inferior al presupuesto base de licitación en más de 25 unidades porcentuales.
- Cuando concurren dos licitadores, la que sea inferior en más de 20 unidades porcentuales a la otra oferta.
- Cuando concurren tres licitadores, las ofertas admitidas que sean inferiores en más de 10 unidades porcentuales a la media aritmética de las ofertas admitidas. No obstante, se excluirá para el cómputo de dicha media la oferta de cuantía más elevada cuando sea superior en más de 10 unidades porcentuales a dicha media.
- Cuando concurren cuatro o más licitadores, las que sean inferiores en más de 10 unidades porcentuales a la media aritmética de las ofertas admitidas. No obstante, si existieran ofertas superiores a dicha media en más de 10 unidades porcentuales, se procederá al cálculo de una nueva media sólo con las ofertas que no se encuentren en el supuesto indicado. En todo caso, si el número de las restantes ofertas es inferior a tres, la nueva media se calculará considerando las tres ofertas de menor cuantía.
- Aquella oferta cuya baja en relación al presupuesto tipo sea superior a 25 unidades porcentuales.

En el caso de presentarse una oferta que, de acuerdo con los criterios establecidos anteriormente, pueda ser considerada desproporcionada a criterio de la Comisión de Compras y Contratación y, previamente a su consideración definitiva como desproporcionada o temeraria, se solicitará al licitador con la oferta más ventajosa los

informes complementarios que especifiquen las circunstancias por las cuales considera el ofertante que la proposición presentada puede ser cumplida en los términos ofertados

20.3.- Calificación y adjudicación.

La Comisión de Compras y Contratación podrá requerir cualquier aclaración de la documentación presentada por alguno de los ofertantes con el carácter fehaciente que considere necesario, para una mayor comprensión y adecuada valoración de las ofertas presentadas.

La Comisión de Compras y Contratación realizará informe final de propuesta de adjudicación. Dicho informe versará sobre el criterio de adjudicación reseñado en este Pliego y según el baremo que se incluye en el mencionado apartado 20 - CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN DEL CONTRATO-.

La Comisión de Compras y Contratación, de conformidad con el acta de apertura y el informe final de propuesta de adjudicación, elevará dicha propuesta al Órgano de Contratación, que tendrá la facultad de adjudicar el contrato a la proposición más ventajosa en su conjunto o declarar desierto el concurso.

21. CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN DEL CONTRATO.-

Se atenderá a la mejor relación calidad-precio y a los siguientes criterios:

LOTE 1: Medios digitales y creación publicitaria

CRITERIOS DE VALORACIÓN: (TOTAL 1000 PUNTOS)

CRITERIOS ECONÓMICOS

A. PROPUESTA ECONÓMICA.....0 - 400 puntos

1. Honorarios de servicio y de creatividad.....0 - 90 puntos
2. Ficha con volumen estimado de artes finales offline.....0 - 110 puntos
3. Ficha con volumen estimado de piezas digitales.....0 - 130 puntos

Se valorarán con cero puntos a aquellas proposiciones económicas que coincidan con el presupuesto tipo incorporado en el pliego de condiciones.

La valoración de la propuesta económica se realizará mediante la utilización de la siguiente fórmula matemática:

$$Y = \frac{M \times \text{Min}}{X}$$

Siendo para este caso:

Y: puntuación de la oferta que se valora.

M: máxima puntuación a otorgar.
X: precio ofertado a valorar.
Min: precio más bajo ofertado.

4. Ficha de Costes de tecnología ofrecida por el adjudicatario para la prestación del servicio.....0 - 70 puntos
- 1. SA360.....0 - 12 puntos
 - 2. Campaign Manager.....0 - 11,6 puntos
 - 3. Clicktrackers.....0 - 11,6 puntos
 - 4. Data transfer + estándar Ads.....0 - 11,6 puntos
 - 5. D&V360.....0 - 11,6 puntos
 - 6. Studio.....0 - 11,6 puntos

La valoración de los % propuestos para cada subcategoría de los apartados anteriores, se realizará mediante la utilización de la siguiente fórmula matemática:

$$Y = \frac{M \times X}{\text{Max}}$$

Siendo para este caso:

Y: puntuación de la oferta que se valora.
M: máxima puntuación a otorgar.
X: % propuesto en cada categoría.
Max: % más elevado ofertado en cada categoría.

Se le dará la máxima puntuación a las ofertas que propongan el porcentaje de descuento más alto. El resto de ofertas obtendrán la puntuación resultante de aplicar la fórmula indicada anteriormente.

CRITERIOS TÉCNICOS OBJETIVOS

- B. Ser Google Analytics Reseller.....15 puntos**
- C. Ser Google Marketing Platform Reseller.....15 puntos**

CRITERIOS SUBJETIVOS

- D. PROPUESTA TÉCNICA..... 0 - 570 puntos**
 - 1. Roadmap de arranque del servicio detallando planificación de tareas a acometer y tiempos para la puesta en marcha del servicio, en base al calendario de ferias de IFEMA y propuesta de objetivos del servicio **160 puntos**
 - 1.1 Planificación de las tareas.....35 puntos

- 1.2 Calendarios con los tiempos en los que se pone en marcha el servicio.....35 puntos
- 1.3 Objetivos del servicio con una visión estratégica.....90 puntos

El ofertante deberá realizar una presentación de su propuesta al equipo de Marketing y Estrategia Digital, en las oficinas de IFEMA, teniendo como foco principal la puesta en común de su propuesta de la visión del servicio

- 2. Ejercicio de campaña digital corporativa a ALTO NIVEL de ejecución, solicitado en el Pliego de Prescripciones Técnicas: campaña Institucional de lanzamiento de cambio de marca (rebranding)**85 puntos**

- 2.1. Estrategia propuesta con selección de canales y distribución de presupuesto por canales. Enfoque y objetivos a cubrir por cada uno de ellos.....35 puntos
- 2.2. Tipos de formatos creativos.....10 puntos
- 2.3. Definición de KPI's, estimación de clicks, CTR, impresiones y leads.....25 puntos
- 2.4. Propuesta de dashboard de data studio para medición y seguimiento.....15 puntos

- 3. Ejercicio de campaña de feria: propuesta de planificación de inversión en medios para el caso solicitado en el Pliego de Prescripciones Técnicas.....**85 puntos**

- 3.1. Estrategia propuesta con selección de canales y distribución de presupuesto por canales. Enfoque y objetivos a cubrir por cada uno de ellos.....35 puntos
- 3.2. Tipos de formatos creativos.....10 puntos
- 3.3. Definición de KPI's, estimación de clicks, CTR, impresiones y leads.....25 puntos
- 3.4. Propuesta de dashboard de data studio para medición y seguimiento.....15 puntos

- 4. Propuesta de implementación de productos de Machine Learning para optimización de campañas.**45 puntos**

Se valorará la capacidad de optimización del presupuesto en tiempo y entre los diferentes canales, capacidad de optimización de anuncios con grupos de audiencias, optimización de audiencias, optimización de tiempos, etc

- 5. Ejercicio creativo: propuesta de creatividad de las piezas necesarias para la ejecución de la campaña de feria propuesta según el briefing detallado en el Pliego de Prescripciones Técnicas.....**90 puntos**

- 5.1. Capacidad de adaptación y de bajada del concepto creativo a las diferentes piezas de campaña publicitaria. Versatilidad y creatividad en la manera de trasladar los mensajes, capacidad de personalización de los anuncios en base al soporte y canal, correcta adecuación a los diferentes entornos, etc.....45 puntos

5.2. VISUAL: adaptación coherente al concepto creativo y a la imagen de marca de Fitur. Fuerza visual, originalidad, dentro de los parámetros gráficos de marca Fitur.....45 puntos

6. Equipo humano propuesto para la prestación del servicio..... **105 puntos**

6.1. Años de experiencia desarrollando las tareas del perfil a cubrir y experiencia en otras especialidades digitales anteriores..... 15 puntos

6.2. Certificaciones actuales (año 2017 y 2018) de cada componente del equipo.....15 puntos

6.3. Tamaño, en cuanto a presupuesto de campaña gestionado, de las cuentas que cada componente ha tenido asignadas durante los años 2017 y 2018.....15 puntos

6.4. Experiencia en desarrollo y ejecución de campañas B2B y en LinkedIn.....30 puntos

6.5. Nº de recursos asignados y porcentaje de dedicación por perfil30 puntos

Para la valoración de cada subapartado, se establecen veinte niveles de puntuación, en tramos de cinco puntos porcentuales, comenzando en el 100% del máximo de puntuación y finalizando en el 5 %.

SERÁN RECHAZADAS LAS OFERTAS DE AQUELLOS LICITADORES QUE OBTENGAN MENOS DE UN 60% DE LA PUNTUACIÓN POSIBLE EN LA VALORACIÓN DE LOS CRITERIOS TÉCNICOS DE CARÁCTER SUBJETIVO.

LOTE 2: Mediación y Compra de Medios Offline

CRITERIOS DE VALORACIÓN: (TOTAL 1000 PUNTOS)

CRITERIOS ECONÓMICOS

A. PROPUESTA ECONÓMICA.....0 - 700 puntos

La valoración se realizará entre la comparativa de las ofertas presentadas interpolando linealmente entre 0 puntos para el menor descuento ofertado en cada apartado y el máximo de puntos se asignará al mayor descuento ofertado en cada apartado. La suma total de puntos obtenidos será la considerada como resultante de la propuesta económica de cada uno de los ofertantes.

1. PRENSA DIARIA.....0 - 160 puntos

- 1.1. Prensa nacional (incluidos suplementos periódicos y ediciones de Madrid).....0 - 65 puntos
- 1.2. Prensa Económica.....0 - 30 puntos
- 1.3. Prensa Regional.....0 - 32 puntos
- 1.4. Prensa Deportiva.....0 - 8 puntos
- 1.5. Diarios gratuitos.....0 - 10 puntos
- 1.6. Prensa Internacional: Portugal.....0 - 10 puntos
- 1.7. Prensa Internacional –Otros países europeos-.....0 - 5 puntos

2. RADIO.....0 - 200 puntos

- 2.1. Cadenas nacionales (con desconexión regional o provincial).....0 - 80 puntos
- 2.2. Cadenas musicales (radiofórmulas).....0 - 85 puntos
- 2.3. Cadenas económicas.....0 - 15 puntos
- 2.4. Cadenas deportivas.....0 - 5 puntos
- 2.5. Cadenas regionales.....0 - 12 puntos
- 2.6. Cadenas locales y otras.....0 - 3 puntos

3. PUBLICIDAD EXTERIOR.....0 - 260 puntos

- 3.1. Autobuses urbanos Madrid.....0 - 40 puntos
- 3.2. Autobuses interurbanos Madrid.....0 - 10 puntos
- 3.3. Producción y fijación de autobuses (urbanos e interurbanos).....0 - 35 puntos
- 3.4. Metro de Madrid.....0 - 75 puntos
- 3.5. Trenes: cercanías y estaciones.....0 - 15 puntos
- 3.6. Intercambiadores.....0 - 5 puntos
- 3.7. Vallas estáticas.....0 - 20 puntos
- 3.8. Monopostes led.....0 - 15 puntos
- 3.9. Kioscos de prensa.....0 - 10 puntos
- 3.10. Mobiliario urbano 0 - 5 puntos
- 3.11. Mercados centrales (Mercamadrid y otros).....0 - 10 puntos
- 3.12. Producción y fijación de lonas en Mercados centrales.....0 - 5 puntos
- 3.13. Aeropuertos.....0 - 10 puntos
- 3.14. Soportes exteriores en Lisboa (tranvía / autobuses, kioscos, etc.).....0 - 5 puntos

4. REVISTAS Y PUBLICACIONES.....0 - 80 puntos

- 4.1. Revistas Inflight (distribución en líneas aéreas).....0 - 30 puntos
- 4.2. Revistas distribuidas en trenes (Club Renfe, etc.).....0 - 5 puntos
- 4.3. Revistas sector publicitario y del sector de eventos.....0 - 5 puntos
- 4.4. Revistas de ocio de Madrid (Guía Ocio, Time Out, esmadrid, etc.).....0 - 20 puntos
- 4.5. Revistas de actualidad, económicas y empresariales (Cambio16, Ejecutivos, Dirigentes, etc.).....0 - 8 puntos

- 4.6.Revistas femeninas y de estilo de vida.....0 - 5 puntos
 4.7.Anuarios y revistas del sector ferial (m+a Messeplanner, International Tradeshow Directory, Anuario de la prensa, etc).....0 -5 puntos
 4.8. Otras revistas..... 0 - 2 puntos

VALORACIÓN DE LA OFERTA ECONÓMICA CORRESPONDIENTE A LAS INSERCIÓNES EN PRENSA DIARIA, RADIO, PUBLICIDAD EXTERIOR, REVISTAS Y PUBLICACIONES ESPECIALIZADAS

Se asignará la puntuación máxima indicada para cada caso a la oferta que presente el valor porcentual más alto de descuento, valorando con criterios de proporcionalidad directa el resto de las ofertas presentadas, en cada uno de los apartados (tipo de soportes)

La valoración de los % propuestos para cada subcategoría de los apartados anteriores, se realizará mediante la utilización de la siguiente fórmula matemática:

$$Y = \frac{M \times X}{\text{Max}}$$

Siendo para este caso:

- Y: puntuación de la oferta que se valora.
- M: máxima puntuación a otorgar.
- X: % propuesto en cada categoría.
- Max: % más elevado ofertado en cada categoría.

CRITERIOS OBJETIVOS

B. COMISIÓN DE SERVICIO DE AGENCIA.....0 - 10 puntos

Porcentaje de comisión por servicio de agencia sobre la inversión neta (sin IVA) (MÁXIMO 2%) No se admiten comisiones negativas
 La valoración se realizará interpolando linealmente entre 0 puntos para 2% de Comisión y 10 puntos para 0% de Comisión.

C. COMISIÓN DE AGENCIA POR GESTIÓN.....0 – 2 puntos

Comisión de agencia por gestión de inserciones puntuales negociadas directamente por IFEMA. No se admiten comisiones negativas. Máximo 1% sobre Importe neto (SIN IVA) de orden publicitaria de IFEMA a la agencia adjudicataria con un máximo de 100 €.

La valoración de los % propuestos se realizará mediante la utilización de la siguiente fórmula matemática:

$$Y = \frac{M \times X}{\text{Max}}$$

Siendo para este caso:

- Y: puntuación de la oferta que se valora.
- M: máxima puntuación a otorgar.
- X: % propuesto en cada categoría.

Max: % más elevado ofertado en cada categoría.

CRITERIOS SUBJETIVOS

D. PROPUESTA TÉCNICA.....0 - 288 puntos

1. Ejercicio táctico para la Campaña Offline del SALÓN DEL VEHÍCULO DE OCASIÓN 2019.....**93 puntos**
 - 1.1. Definición de la estrategia para la consecución de objetivos..... 27 puntos
 - 1.2. Ejercicio de plan de medios que materialice la adecuación de la propuesta definida en la estrategia enumerando los medios contemplados, formatos de anuncios, número de inserciones de cada soporte, etc.....33 puntos
 - 1.3. Datos de evaluación del plan para los target definidos valorando con mejor puntuación la campaña que proporcione los mejores resultados para la consecución de los objetivos propuestos.....33 puntos

2. Ejercicio estratégico y táctico para una campaña de lanzamiento de una nueva imagen corporativa.**100 puntos**

2.1. Definición de la estrategia y justificación de la misma con el mix de medios propuesto con el volumen de inversión asignado.....40 puntos

2.2. Ejercicio táctico con una planificación de medios que materialice la estrategia definida y que detalle la enumeración de medios, formatos de anuncios, número de inserciones por soporte, frecuencia, etc.....30 puntos

2.3. Datos de evaluación del plan para los targets definidos valorando con mejor puntuación la campaña que proporcione los mejores resultados para la consecución de los objetivos propuestos.....30 puntos

Recibirán mayor puntuación los que a criterio de IFEMA desarrollen la mejor estrategia para la consecución de objetivos y una distribución de la inversión que proporcione los mejores datos en cobertura y difusión para el ámbito y targets definidos.

3. Equipo humano asignado a la cuenta de IFEMA.....**80 puntos**

3.1. Responsable Ejecutivo.....35 puntos

3.2. Un Supervisor de medios.....15 puntos

3.3. Un planificador a tiempo completo.....20 puntos

3.4. Ampliación del equipo mínimo propuesto.....10 puntos

En todos ellos se valorarán los perfiles técnicos y profesionales, los años de experiencia laboral en el sector y la trayectoria profesional en el sector, junto al porcentaje de dedicación a la cuenta de IFEMA.

4. Herramientas informáticas estándar o de desarrollo propio que, usadas para la planificación de medios, puedan aportar análisis de eficacia y retorno de inversión. O herramientas con desarrollo de modelos predictivos o de inteligencia artificial, que puedan dirigirse a la optimización de la inversión publicitaria y a la consecución de objetivos de campaña..... **15 puntos**

IFEMA SE RESERVA LA CAPACIDAD DE SOLICITAR AL OFERENTE QUE ACREDITE FEHACIENTEMENTE AQUELLA INFORMACIÓN O DOCUMENTACIÓN QUE CONSIDERE OPORTUNO. LA FALTA DE ACREDITACIÓN ADECUADA, IMPEDIRÁ LA POSIBILIDAD DE VALORACIÓN DE LA PROPUESTA

Preferencia en la adjudicación

1.- Tendrán preferencia en la adjudicación en caso de empate entre dos o más licitadores, las empresas que acrediten tener en su plantilla un número de trabajadores con discapacidad superior al 2 por cien del total de la plantilla siempre que dichas proposiciones igualen en sus términos a las más ventajosas desde el punto de vista de los criterios que sirven de base para la adjudicación.

Si dos o más de las empresas licitadoras que hubieren empatado en cuanto a la proposición más ventajosa acreditasen así mismo tener relación laboral con personas con discapacidad en un porcentaje superior al 2 por 100, tendrá preferencia en la adjudicación del contrato el licitador que disponga del mayor porcentaje de trabajadores fijos con discapacidad en su plantilla.

A efectos de aplicación de esta circunstancia Ifema requerirá a los licitadores que hayan empatado para que presenten la documentación acreditativa del porcentaje y número de trabajadores con discapacidad en plantilla.

2.- En aquellos casos en los que no se pueda aplicar el criterio de preferencia indicado anteriormente (por ausencia de acreditación de las circunstancias descritas o incluso por coincidencia en el número de trabajadores minusválidos) y se presentasen dos o más proposiciones que igualen en todos sus términos a la más ventajosa, **se decidirá la adjudicación mediante sorteo para cuya realización se convocará a ambas partes. En el caso de no presentarse alguna de ellas, el sorteo tendrá lugar igualmente en la fecha y hora señaladas en la convocatoria.**

22. ADJUDICACIÓN DEL CONTRATO.-

22.1.- El Órgano de Contratación, previa la propuesta de la Comisión de Compras y Contratación, y los informes técnicos que considere conveniente, clasificará, por orden decreciente, las proposiciones presentadas y admitidas, atendiendo a los criterios de valoración contemplados en este Pliego. Se requerirá al licitador que

haya presentado la mejor oferta para que, dentro del plazo de diez días hábiles a contar desde el siguiente a aquél en que hubiera recibido el requerimiento presente, a través del portal de licitación electrónica, la acreditación de haber constituido la garantía definitiva, así como el resto de la documentación administrativa requerida al adjudicatario, que figura en el Anexo I del presente pliego de bases

22.2. El Órgano Contratante adjudicará el contrato, si procediera, dentro de los cinco días hábiles siguientes a la recepción de la documentación señalada en el apartado anterior. El acto de adjudicación del contrato deberá ser motivado, se notificará a los licitadores, indicándose el plazo en que debe procederse a la formalización del contrato.

Posteriormente, requerirá al adjudicatario para la formalización del contrato, formalización que deberá efectuarse no más tarde de los quince días hábiles siguientes a aquél en que se reciba la notificación de la adjudicación a los licitadores. El contrato se entenderá perfeccionado con su formalización. Cuando por causas imputables al adjudicatario no se hubiese formalizado el contrato dentro del plazo indicado, el Órgano de Contratación podrá acordar la incautación sobre la garantía definitiva del importe de la garantía provisional que, en su caso, se hubiese exigido.

22.3.- De no cumplimentarse adecuadamente el requerimiento en el plazo señalado en los términos previstos en la Cláusula 21.1 anterior, 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.

22.4.- IFEMA tendrá alternativamente la facultad de adjudicar el contrato a la proposición más ventajosa mediante los criterios establecidos para su adjudicación o declarar desierto el concurso cuando no se hayan presentado ofertas, cuando no sean admisibles o cuando, a juicio del Órgano de Contratación, motivadamente no satisfagan las necesidades de IFEMA.

Con independencia de ello, el Órgano de Contratación podrá renunciar a la celebración del contrato o desistir por razones justificadas del procedimiento de licitación inacabado. La decisión se notificará personalmente a los licitadores que hubieran presentado oferta, acompañándoles la resolución completa por la que se adopte dicho acuerdo.

23. OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA.-

El contratista está obligado a prestar el servicio objeto del contrato y a seguir las instrucciones de IFEMA, conforme a lo dispuesto en el presente pliego y en el de prescripciones técnicas. La reiteración en la no prestación de algunos de los servicios contratados o el incumplimiento de cualquiera de las condiciones o garantías propias del pedido o previstas en los citados pliegos, dará lugar a la resolución inmediata del contrato y a la reclamación de los daños y perjuicios que se hubieran producido.

a) Obligaciones fiscales, laborales y sociales.-

El contratista está obligado al cumplimiento de la legislación vigente, especialmente en todo lo previsto en las disposiciones en materia fiscal, laboral, de Seguridad Social y de Seguridad e Higiene en el Trabajo, u otros que le sean de aplicación. A tal efecto, deberá presentar a IFEMA, aquellos justificantes oficiales que, en cada momento se le requieran (TC1, TC2, etc.).

En consecuencia, la empresa contratista, como único empresario de su personal adscrito a los trabajos contratados, se compromete expresamente a cumplir, respecto del mismo, con todas las obligaciones derivadas, tanto laboral y social, como fiscal, declinando IFEMA cualquier responsabilidad a este respecto.

El incumplimiento de las mismas constituirá causa suficiente para la resolución del contrato.

b) Cumplimiento de plazos. -

El contratista queda obligado al cumplimiento de los plazos de ejecución del contrato, en los términos previstos en el PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS -.

c) Subcontratación. -

La empresa asignataria no podrá variar el objeto ni el contenido de los servicios, ni cederlos o subcontratarlos con terceros, salvo autorización previa y por escrito de IFEMA.

En el supuesto de que el adjudicatario subcontrate o ceda algún servicio, sin el preceptivo permiso, figurará ante IFEMA como único responsable a todos los efectos.

d) Cesiones y subrogaciones.-

El adjudicatario no podrá ceder los derechos y obligaciones establecidos en el contrato de adjudicación y sus anexos salvo autorización expresa y por escrito de IFEMA. No se aceptarán situaciones de hecho que impliquen subrogaciones de terceros no autorizadas.

e) Discontinuidad en el Servicio.-

Si, como consecuencia de conflictos laborales entre el adjudicatario y su personal, u otros motivos de cualquier índole, salvo que estén expresamente contemplados por la Ley como casos de fuerza mayor, el adjudicatario no pudiera llevar a efecto la prestación del servicio contratado, deberán comunicarlo a IFEMA con la máxima antelación posible.

En este supuesto, IFEMA comunicará al contratista aquellos servicios que considera esenciales, con el fin de que éste realice las acciones oportunas tendentes a lograr su cobertura. Si, a pesar de ello, el contratista no pudiera

prestarlo con sus propios medios, IFEMA podrán recurrir a los servicios de otras empresas, pudiendo repercutir sobre el adjudicatario los posibles sobrecostes, así como los daños y perjuicios que se produjeran.

f) Seguro.-

SEGURO DE RESPONSABILIDAD CIVIL:

El contratista deberá suscribir una póliza de seguro de responsabilidad civil que contemplará las siguientes coberturas y condiciones mínimas:

a) Responsabilidad Civil Profesional	1.500.000 € siniestro y año.
b) Responsabilidad Civil Patronal.	1.500.000 €
Sublimite por victima	300.000 €/ victima
c) Defensa Jurídica y Fianzas	Deben estar incluidas

La empresa adjudicataria y/o concesionaria se obliga a exigir a sus subcontratistas (si existiesen) la contratación de los seguros y el cumplimiento de las obligaciones recogidas en la presente cláusula. El incumplimiento de esta obligación no eximirá al adjudicatario de sus obligaciones frente a IFEMA.

En caso de siniestro, cualquier diferencia que surja en el pago de las indemnizaciones, ya sea por aplicación de franquicias, u otro tipo de descubierto en los seguros contratados, deberán ser soportados por el adjudicatario

El adjudicatario, se obliga a reparar los daños y responder por aquellos riesgos que no queden garantizados en las póliza de seguro descrita en esta cláusula (y que sean imputables al mismo), a fin de llevar a buen término las obligaciones y responsabilidades asumidas en el presente contrato.

La vigencia del seguro deberá mantenerse durante todo el periodo de contratación del servicio adjudicado.

d) Penalidades.-

Se podrán aplicar penalidades, por causa imputable al contratista, en los siguientes supuestos:

- No publicación / no exhibición de campañas publicitarias contratadas: se aplicará una penalidad del 5% del importe neto de la acción, con posibilidad de extinción del contrato a partir de la 3ª falta.
- Incumplimiento de los plazos requeridos y establecidos con el adjudicatario en el calendario de trabajo para la contratación de una acción publicitaria de IFEMA o

para la entrega en plazos de artes finales que comprometan la publicación o producción en tiempos de la pieza:

- Envío del plan de medios o calendario de la acción: máximo de 10 días hábiles desde su solicitud. Se aplicará una penalidad de 100 € por día hábil de demora.
- Envío de ajustes de planificación de campaña (sobre la primera propuesta o sucesivas): máximo 3 días hábiles. Se aplicará una penalidad de 30 € por día hábil de demora.
- Demora en los plazos de exhibición de una campaña contratada en cualquier soporte de publicidad. Se aplicará una penalidad de 150 € por día hábil de demora.
- Retraso en la entrega de artes finales que impidan la publicación/producción en tiempos del elemento: 60% del importe del arte final.

En el caso de que los incumplimientos sean recurrentes, IFEMA podría rescindir el contrato con el proveedor adjudicatario.

PROCEDIMIENTO PARA LA APLICACIÓN DE PENALIDADES.-

A la vista de las deficiencias que IFEMA observe en virtud de las facultades de inspección y control que expresamente se reserva, IFEMA podrá realizar actuaciones tendentes a determinar, con carácter preliminar, si concurren circunstancias que justifiquen la incoación del procedimiento para la aplicación de penalidades.

Incoado expediente, IFEMA formulará el correspondiente pliego de cargos, en el que se incluirá, al menos, una exposición sucinta de los hechos que motivan la iniciación del expediente, su posible calificación y las penalidades que pudieran corresponderles. A continuación se dará traslado del mismo al adjudicatario para que pueda formular, en el plazo de ocho (8) días hábiles, el correspondiente pliego de descargo. A la vista del mismo, IFEMA podrá acordar, si fuera procedente, la apertura de un periodo de prueba, común para proponer y practicar que no excederá de diez (10) días. Concluida la prueba, IFEMA formulará propuesta de aplicación de penalidades, respecto de la cual el adjudicatario podrá formular nuevas alegaciones en un plazo de ocho (8) días hábiles. Posteriormente, se someterá al órgano de contratación la propuesta de aplicación de penalidades. Su resolución será ejecutiva. El adjudicatario tendrá el plazo de un mes para hacer efectiva la penalidad. Si no lo hiciera, IFEMA procederá a incautar la garantía en el importe correspondiente, sin perjuicio de la obligación del contratista de reponer la garantía en los términos previstos en el presente Pliego.

El límite máximo del importe de las penalidades a aplicar por todos los conceptos se establece en un 10 % del presupuesto de contratación establecido para el periodo del contrato.

i) Responsabilidades.-

Del cumplimiento de las obligaciones pactadas en las cláusulas anteriores responderá exclusivamente el adjudicatario, quien vendrá obligado a reintegrar a IFEMA cualesquiera cantidades que por causa del incumplimiento de tales obligaciones ésta hubiese sido condenada a pagar en virtud de multa, sanción administrativa o sentencia judicial. Lo anterior se entiende con independencia de la reclamación de daños y perjuicios que en su caso IFEMA pudiese plantear en la sede judicial que corresponda.

Queda por tanto bien entendido que IFEMA se reserva el derecho a ejercitar la acción de repetición contra el adjudicatario, por el importe global de la reclamación o litigio, y que el adjudicatario pacta, conviene y acepta en este acto tal derecho.

Asimismo, el adjudicatario deja indemne a IFEMA de cualesquiera reclamaciones de naturaleza laboral o de Seguridad Social que interpongan los empleados del adjudicatario o cualesquiera terceros públicos o privados referidas a los derechos laborales del personal del adjudicatario.

El adjudicatario asumirá cualquier tipo de responsabilidad administrativa, civil, laboral o criminal, incluso los daños a terceros que pudieran derivarse de la realización de los trabajos que se ejecuten en virtud de este contrato. En todo caso, si de alguna forma se derivara responsabilidad subsidiaria o solidaria, del tipo que sea, a IFEMA por la realización de los trabajos contratados, el adjudicatario se compromete y obliga a subrogarse en tal responsabilidad que satisfará por su cuenta liberando a IFEMA de cualquier obligación al respecto.

No obstante, esta exención de responsabilidad no resultará de aplicación en los supuestos de daños producidos como consecuencia de órdenes de IFEMA ni en los demás casos que determine la normativa vigente en la materia.

24. EXTINCIÓN DEL CONTRATO.-

El contrato se extinguirá por su conclusión o cumplimiento, o bien por resolución. Las causas de resolución del contrato son las siguientes:

- El incumplimiento por el CONTRATISTA de las obligaciones laborales, sociales o fiscales, relativas al personal destinado a los servicios contratados.
- La falsedad en el suministro de datos técnicos, económicos o jurídicos, así como, los relacionados con el número e identidad del personal de la empresa afecto a los servicios contratados, solicitados por IFEMA en el ejercicio de sus facultades de control e inspección, o poner obstáculos, por cualquier causa a dicho ejercicio.
- El incumplimiento de las cláusulas contenidas en este Pliego o en los demás documentos que forman parte del contrato.
- La renuncia de IFEMA a continuar con los trabajos correspondientes a este contrato.

- La extinción de la personalidad jurídica del CONTRATISTA, salvo que el patrimonio y organización de la sociedad extinguida sea incorporada a otra entidad, asumiendo esta última, de manera plena, las obligaciones de aquella y siempre que la nueva entidad, en el plazo de 15 días naturales, ofrezca llevar a cabo el contrato en las mismas condiciones estipuladas. IFEMA podrá admitir o desechar el ofrecimiento, sin que, en este último caso, haya derecho a indemnización alguna por el resto del contrato dejado de ejecutar.
- La solicitud de declaración de situación concursal del CONTRATISTA.
- La cesión del contrato, en todo o en parte, sin la previa autorización expresa de IFEMA.
- La muerte del CONTRATISTA individual, salvo que sus herederos ofrezcan seguir con la ejecución y así lo acepte IFEMA.
- El mutuo acuerdo entre las partes.
- El impago, durante la ejecución del contrato, de los salarios por parte del contratista a los trabajadores que estuvieran participando en la misma, o el incumplimiento de las condiciones establecidas en los Convenios colectivos en vigor para estos trabajadores también durante la ejecución del contrato.
- Aquellas otras causas que se establezcan expresamente en el contrato o en la legislación de contratación pública y resulten aplicables a IFEMA.

25. PROTECCIÓN DE DATOS.-

Las partes manifiestan conocer la incorporación de sus datos voluntariamente facilitados, a sus respectivos ficheros, exclusivamente con una finalidad operativa para la gestión del presente expediente de contratación, incluidos sus antecedentes, contenido y desarrollo. Asimismo autorizan la remisión de información, incluso por vía de correo electrónico y aceptan que sus datos podrán ser comunicados, con obligación de confidencialidad, a sus empresas colaboradoras pudiendo ejercitar sus derechos de acceso, rectificación, oposición y cancelación en cualquier momento.

26. CONFIDENCIALIDAD DE LA INFORMACIÓN.-

Tendrá la consideración de información confidencial toda la información que, cualquiera que fuere su soporte y forma de comunicación, hubiera sido comunicada por una de las partes a la otra y que haya sido clasificada como de propiedad exclusiva y/o confidencial o que, por su naturaleza y/o las circunstancias en que se produzca la revelación, deba de buena fe estimarse como confidencial. También tendrá esta consideración, el contenido del contrato y todos sus documentos anexos. La información confidencial será tratada como tal por las partes y no será revelada por el receptor sin el consentimiento previo de la otra parte. En particular, las partes se comprometen a adoptar las medidas necesarias para evitar que terceros no autorizados puedan acceder a la información confidencial y a limitar su acceso a los empleados autorizados que precisen disponer de ella para la ejecución del contrato, trasladándoles idéntica obligación de confidencialidad. Esta obligación de confidencialidad se mantendrá de forma indefinida por las partes.

27. RÉGIMEN JURÍDICO DEL CONTRATO.-

Toda controversia que surja entre las partes en relación con las actuaciones realizadas en la preparación y adjudicación del contrato corresponderá a la jurisdicción contencioso-administrativa, previa impugnación en vía administrativa de conformidad con lo dispuesto en la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas ante el órgano competente de la Comunidad Autónoma de Madrid.

Toda controversia que surja entre las partes en relación con el cumplimiento, efectos y extinción del contrato, corresponderá conocerla a la jurisdicción civil conforme a lo dispuesto en la legislación de contratos del sector público. Los licitadores, por el hecho de presentar sus ofertas, se someten expresamente a los Juzgados y Tribunales de Madrid capital, con renuncia al fuero que pudiera corresponderles.

28. NORMAS APLICABLES.-

En todo lo no previsto en este pliego de condiciones se estará a lo dispuesto en las Instrucciones Internas de Contratación incluida en el Perfil del Contratante y por las normas de derecho privado que resulten de aplicación.

Madrid, 21 de enero de 2019

Eduardo López-Puertas
Director General

ANEXO I
DOCUMENTACIÓN ADMINISTRATIVA

ANEXO I DOCUMENTACIÓN ADMINISTRATIVA

I.- DOCUMENTACIÓN A PRESENTAR POR LA EMPRESA LICITADORA EN EL SOBRE DE “DOCUMENTACIÓN ADMINISTRATIVA”

1.- PRESENTACIÓN DE DOCUMENTACIÓN

En el sobre “Documentación administrativa”, cada licitador incluirá, **EXCLUSIVAMENTE**, una **declaración responsable** debidamente fechada y firmada electrónicamente, según **modelo IX** de este Anexo, indicando que cumple las condiciones establecidas legalmente para contratar con la Administración, en particular las que resultan de los **apartados 2 a 6 siguientes** de este Anexo.

Así mismo, deberá aportarse, junto con la mencionada declaración responsable, los documentos originales electrónicos o copias electrónicas auténticas, de conformidad con el artículo 28.4 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, de régimen jurídico de las Administraciones Públicas, de la documentación solicitada en **el apartado 7**.

Únicamente en el caso de ser adjudicatarios, deberán, obligatoriamente, acreditar ante el órgano de contratación, previamente a la adjudicación del contrato, la posesión y validez de la documentación exigida en las condiciones (apartados 2 a 6) del presente Anexo al Pliego de Bases, que no hayan sido acreditadas con la documentación que junto con la declaración responsable se haya incluido en el sobre 1, siendo de aplicación lo previsto en el apartado 9.

En todo caso, en orden a garantizar el buen fin del procedimiento, se podrá recabar, en cualquier momento anterior a la adopción de la propuesta de adjudicación, que los licitadores aporten documentación acreditativa del cumplimiento de las condiciones establecidas para ser adjudicatario del contrato.

El momento decisivo para apreciar la concurrencia de los requisitos de capacidad y solvencia exigidos para contratar con la Administración será el de finalización del plazo de presentación de las proposiciones.

La documentación a presentar habrá de ser original o copia electrónica que tenga el carácter de auténtica conforme a la legislación vigente.

2.- CAPACIDAD DE OBRAR

2.1.- SI LA EMPRESA ES UNA PERSONA JURÍDICA

Escritura de constitución de la entidad o, en su caso, aquella escritura que refleje la **situación actualizada de la sociedad en el momento de presentación de la oferta**, inscrita en el Registro Mercantil cuando este requisito fuera exigible conforme a la legislación mercantil que le sea aplicable. Si no lo fuere, **la escritura o documento de constitución, estatutos o acto fundacional** en el que consten las normas por las que actualmente se regula su actividad, e inscritos, en su caso, en el correspondiente Registro oficial.

Igualmente, deberá facilitarse copia del NIF (**Núm. de Identificación Fiscal**).

2.2.- SI SE TRATA DE EMPRESARIO INDIVIDUAL:

El DNI o documento que, en su caso, lo sustituya reglamentariamente

2.3.- CUANDO SE TRATE DE EMPRESARIOS NO ESPAÑOLES DE ESTADOS MIEMBROS DE LA UNION EUROPEA O SIGNATARIOS DEL ACUERDO SOBRE EL ESPACIO ECONOMICO EUROPEO:

La capacidad de obrar se acreditará mediante **su inscripción en un registro profesional o comercial**, cuando este requisito sea exigido por la legislación del Estado respectivo.

Tendrán capacidad para contratar con el sector público las empresas no españolas de Estados miembros de la Unión Europea que, con arreglo a la legislación del Estado en que estén establecidas, se encuentren habilitadas para realizar la prestación de que se trate.

Cuando la legislación del Estado en que se encuentren establecidas estas empresas exija una **autorización especial o la pertenencia a una determinada organización** para poder realizar la prestación de que se trate, deberán acreditar que cumplen este requisito.

2.4.- CUANDO SE TRATE DE EMPRESAS EXTRANJERAS NO COMPRENDIDAS EN EL APARTADO ANTERIOR:

El **informe de la Misión Diplomática Permanente u Oficina Consular de España** del lugar del domicilio de la empresa en el 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.

Estas empresas deberán acreditar que tienen abierta **sucursal en España**, con designación de **apoderados o representantes** para sus operaciones y que están **inscritas en el Registro Mercantil**.

2.5.- IDIOMA DE LA DOCUMENTACIÓN:

La documentación extranjera se presentará con traducción oficial al **castellano**.

2.6.- LOS EMPRESARIOS QUE CONCURRAN AGRUPADOS (UTE):

Quedarán obligados solidariamente y deberán nombrar un representante o apoderado único de la unión con poderes bastantes para ejercitar los derechos y cumplir las obligaciones que deriven de los Pliegos y del Contrato en el caso de que se otorgara.

Deberán incorporar igualmente **documento de compromiso** en el que se incluya **(i)** el porcentaje de participación de cada una de ellos en el contrato en el caso de resultar adjudicatarios y **(ii)** una declaración expresa por la que se obliguen solidariamente frente

a IFEMA. El citado documento deberá estar firmado por los representantes de cada una de las empresas.

Además, cada una de las empresas que vayan a formar parte de la UTE deberá facilitar la documentación exigida en el presente Pliego.

En relación con el cumplimiento de los criterios de solvencia en el caso de UTE ver específicamente el apartado 5.3 de este documento.

3.- REPRESENTACIÓN

3.1.- Los que comparezcan o firmen proposiciones en nombre de otro o representen a una persona jurídica, deberán ostentar su representación legal o poder suficiente tanto para la presentación de la oferta como para la firma del contrato, declarada bastante por IFEMA.

La mencionada representación legal o poder suficiente declarado bastante por IFEMA deberá acreditarse por el licitador que haya presentado la proposición CON MEJOR RELACIÓN CALIDAD-PRECIO, en el momento de ser requerido para ello.

3.2.- A efectos del bastateo por IFEMA, deberá presentar copia notarial o compulsada de la escritura de poder junto con copia notarial o compulsada del DNI de la persona a cuyo favor se otorgó el citado poder.

- El licitador puede realizar la compulsada de ambos documentos en el Servicio de Compulsada de IFEMA (solicitando cita previa).

- Para el bastateo, se ruega contactar con la Secretaría General de IFEMA. Tlf. 91 722 51 19 Att. Concha Montesinos).

3.3.- El licitador que resulte adjudicatario deberá aportar el documento original que acredita el bastateo junto con la escritura y DNI aportados para el mismo.

4.- AUSENCIA DE PROHIBICIÓN PARA CONTRATAR

Declaración responsable, conforme al modelo que se incorpora como **Anexo** de que el empresario, si se tratare de persona física, o la empresa, sus administradores y representantes, si se tratare de persona jurídica, así como el firmante de la proposición, no están incursos en ninguna de las prohibiciones e incompatibilidades para contratar reflejadas en el artículo 71 de la LCSP ni tampoco en las prohibiciones específicas establecidas en el presente Pliego.

Esta declaración comprenderá expresamente la circunstancia de hallarse al corriente del cumplimiento de las obligaciones tributarias y con la Seguridad Social impuestas por las disposiciones vigentes, así como de no tener deudas con IFEMA en período ejecutivo de pago, salvo que estuvieran garantizadas.

5.- SOLVENCIA

5.1.- SOLVENCIA ECONÓMICO-FINANCIERA:

LOTE 1: Medios digitales y Creación publicitaria

Se acreditará mediante una declaración responsable relativa a la cifra de negocios global de la empresa en el curso de los tres últimos ejercicios.

Se entenderá acreditada por aquellas empresas que dispongan de una **cifra de negocios superior a 3 millones de euros, en al menos uno de los tres últimos ejercicios (2015, 2016 y 2017).**

LOTE 2: Mediación y Compra de Medios Offline

Se acreditará mediante una declaración responsable relativa a la cifra de negocios global de la empresa en el curso de los tres últimos ejercicios.

Se entenderá acreditada por aquellas empresas que dispongan de una **cifra de negocios superior a 10 millones de euros, en al menos uno de los tres últimos ejercicios (2015, 2016 y 2017).**

5.2.- SOLVENCIA TÉCNICA

LOTE 1: Medios Digitales y Creación publicitaria

IFEMA quiere trabajar con soluciones basadas en la suite de Google preferiblemente, por lo que se requiere que el ofertante pueda acreditar que cumple con los siguientes puntos:

1. Certificaciones:
 - a. Google Analytics Certified
 - b. Ser Sales Partner de Google y/o Certified Company y/o Google Partner Premier.
2. Experiencia en gestión de campañas a través de los módulos de la plataforma Google Marketing Platform:
 - Experiencia en desarrollo de servicios de Tag Manager (preferiblemente Google Tag Manager): deberán haber desarrollado este tipo de servicio con al menos 3 clientes diferentes en los últimos 2 años (2017 y 2018).
 - Un mínimo de 3 campañas SEM para un mínimo de 3 clientes diferentes, en los últimos 2 años (2017 y 2018), con DS/Search Ads 360.
 - Un mínimo de 3 campañas para un mínimo de 3 clientes diferentes, en los últimos 2 años (2017 y 2018), con DBM/Display&Video 360.
3. La empresa debe tener sede/delegación en España.

4. Empresa con proyectos digitales multinacionales: se solicita que aporten haber realizado al menos 3 proyectos digitales de ámbito internacional incluyendo presencia en varios países y en diferentes entornos, en los últimos 3 años (2016, 2017 y 2018).
5. Experiencia en diferentes sectores económicos/industriales: automoción, turismo, bienes de consumo, sector Ticketing, agricultura y ganadería, construcción, alimentación, medio ambiente y energía, educación, ocio...: Se solicita que aporten al menos 5 proyectos de comunicación en los últimos 3 años (2016, 2017, 2018) realizados con clientes de 5 sectores económicos/industriales diferentes.

CLIENTE	SECTOR	TIPO DE PROYECTO DE COMUNICACIÓN DESARROLLADO
1:		
2:		
3:		
4:		
5:		

6. Exclusividad local: La agencia adjudicataria de la cuenta de IFEMA no puede trabajar en la actualidad con otras instituciones, organismos o entidades organizadoras de ferias, competencia directa de IFEMA desde la misma oficina. En el caso de que en otra de sus oficinas, ubicada en otra ciudad, trabaje con una institución de la competencia, deberá comunicarlo y en caso de resultar adjudicataria, se protegerá la confidencialidad de los datos de la cuenta de IFEMA en una cláusula del contrato.

El ofertante deberá incluir una declaración responsable firmada por persona con capacidad, que acompañe dicha relación de trabajos e indicándose los puntos solicitados en el modelo de declaración. Se incluye en este anexo el Modelo de declaración Responsable – Solvencia Técnica Lote 1 para la acreditación de este apartado.

LOTE 2: Mediación y Compra de Medios Offline

1. Se requiere acreditación de experiencia suficiente por parte del ofertante para la correcta ejecución de las prestaciones que constituyen el objeto del contrato.

Se entenderá acreditada la solvencia técnica cuando aporten documentos justificativos de que en los últimos tres años (2016, 2017 y 2018) han ejecutado al menos 3 campañas por año, que contemplen inversión en los medios Offline objeto de este pliego (publicidad en prensa diaria, revistas, radio, exterior) cuya suma de inversión gestionada entre las 3 campañas aportadas por año sea superior a 500.000€.

De cada campaña se deberá indicar el cliente, denominación de la campaña, fechas de campaña, medios utilizados, ámbito de la misma (nacional – regional – local – internacional e importe neto por medio).

2. Exclusividad local: La agencia adjudicataria de la cuenta de IFEMA no puede trabajar en la actualidad con otras instituciones, organismos o entidades organizadoras de ferias, competencia directa de IFEMA desde la misma oficina. En el caso de que en otra de sus oficinas, ubicada en otra ciudad, trabaje con una institución de la competencia, deberá comunicarlo y en caso de resultar adjudicataria, se protegerá la confidencialidad de los datos de la cuenta de IFEMA en una cláusula del contrato.

El ofertante deberá incluir una declaración responsable firmada por persona con capacidad, que acompañe dicha relación de trabajos e indicándose los puntos solicitados en el modelo de declaración. Se incluye en este anexo el Modelo de declaración Responsable – Solvencia Técnica Lote 2 para la acreditación de este apartado.

5.3.- ACREDITACIÓN DE LA SOLVENCIA EN EL CASO DE CONCURRIR EN UTE

En caso de concurrir en UTE, las compañías participantes podrán cumplir de forma complementaria todos los requisitos de solvencia técnica del apartado 5.1 y 5.2. de este anexo, en los términos en que se expresa en estos apartados.

6.- JURISDICCIÓN DE EMPRESAS EXTRANJERAS

Sin perjuicio del sometimiento a la cláusula de arbitraje en el caso de que se previera en el Pliego, las empresas extranjeras deberán **presentar declaración de someterse a la jurisdicción de los Juzgados y Tribunales españoles de cualquier orden**, para todas las incidencias que de modo directo o indirecto pudieran surgir del Contrato, con renuncia, en su caso, al fuero jurisdiccional extranjero que pudiera corresponderles.

Se adjunta modelo como Anexo.

7.- GARANTÍA PROVISIONAL

Justificante de haber constituido la garantía provisional, de conformidad con las condiciones y requisitos establecidos en el presente Pliego. Se adjuntan modelos en **Anexo**.

En la aportación de las garantías mediante aval o seguro de caución solo se admitirá el documento original electrónico o en copia electrónica auténtica, de conformidad con el artículo 28.4 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, de régimen jurídico de las Administraciones Públicas.

En el supuesto de que varios licitadores se presenten de forma conjunta, la garantía provisional deberá garantizar solidariamente a todos ellos.

En caso de presentar la garantía provisional mediante ingreso en cuenta o transferencia, deberán incorporar **justificante bancario**.

8.- PREFERENCIA EN LA ADJUDICACIÓN

Únicamente en caso de producirse un empate, y a efectos de la preferencia en la adjudicación, según lo previsto en la cláusula relativa a los “Criterios para la adjudicación del Contrato” - del presente Pliego de Bases; Ifema requerirá exclusivamente a los licitadores que hayan empatado para que aporten la documentación acreditativa del porcentaje y número de trabajadores con discapacidad en plantilla.

9.- PARTICIPACIÓN EN LICITACIONES ANTERIORES DE IFEMA Y REGISTROS DE LICITADORES

9.1.- Si dentro del último año, desde la fecha de presentación de ofertas, el licitador hubiese participado en algún procedimiento de licitación convocado por IFEMA en el que ya hubiese facilitado la documentación administrativa exigida en este Pliego, no será preciso que tal documentación sea nuevamente presentada, siempre que no hubiese sufrido modificación alguna.

El licitador deberá indicar el número de expediente en que presentó la documentación y la fecha de entrega en Registro.

No obstante lo anterior, deberá ser facilitada de nuevo aquella documentación que no hubiese sido subsanada en su momento, aquella cuyo plazo de vigencia hubiera finalizado, así como la referida a garantías, pólizas de seguros, declaraciones responsables (solicitadas en el presente pliego y conforme a los modelos establecidos en el mismo), acreditando las circunstancias a que se refiere cada una de ellas, así como aquella documentación que hubiese sufrido modificaciones desde la fecha de presentación de la oferta anterior.

9.2.- El licitador puede optar por la presentación del **Certificado** de inscripción en vigor, correspondiente al **Registro de Licitadores de la Comunidad de Madrid**, y/o el **Registro Oficial de Licitadores y Empresas Clasificadas del Estado** en sustitución de la documentación administrativa exigida en el presente pliego y reflejada en los epígrafes 2, 3 y 5 de este apartado I.

En el caso de que el certificado de inscripción presentado por el licitador no incluyese toda la información solicitada en los citados epígrafes 2, 3 y 5, el licitador deberá aportar, adicionalmente, aquellos documentos que completen la documentación administrativa exigida en el pliego y que no estuvieran reflejados en el certificado aportado.

La documentación solicitada en el resto de los epígrafes de este **apartado I** debe presentarse en todo caso.

Junto con el certificado de inscripción en el Registro de Licitadores, el empresario deberá presentar una declaración responsable sobre la vigencia de los datos anotados en el Registro de Licitadores, según el modelo que se adjunta en **Anexo** del presente Pliego. Si se hubiese producido alteración de los datos registrales se hará mención expresa en la citada declaración, uniendo la documentación correspondiente.

II.- DOCUMENTACIÓN A FACILITAR POR LA EMPRESA CON LA PROPOSICIÓN CON MEJOR RELACIÓN CALIDAD-PRECIO PARA LA ADJUDICACIÓN DEL CONTRATO.

El licitador cuya oferta sea declarada más ventajosa deberá presentar la documentación requerida en los apartados 2-6 anteriores así como la que se refleja a continuación en original o copia que tenga el carácter de auténtica conforme a la legislación vigente, o junto con fotocopia para su compulsación por el Servicio de Compulsación de IFEMA.

a).- **Certificación** administrativa en vigor, expedida por la **Agencia Estatal de Administración Tributaria de España** o del organismo equivalente del país del domicilio social del Empresario, de que el ofertante se encuentra al corriente de sus obligaciones tributarias.

b).- Si la empresa está obligada legalmente, documento justificativo de estar al corriente de pago en el **Impuesto sobre Actividades Económicas**, o **declaración responsable de no estar obligado al pago del mismo**; o, en su caso documento equivalente en el país del domicilio social del empresario.

c).- **Certificación** administrativa actualizada al mes en curso en la que se acredite que el ofertante se encuentra al corriente en el cumplimiento de sus obligaciones con la **Seguridad Social**.

d).- Documento que acredite haber constituido a disposición del órgano contratante **garantía definitiva**, si así se requiere en el presente Pliego, en los términos exigidos en el mismo. En caso de presentar la garantía definitiva mediante ingreso en cuenta o transferencia, deberán facilitar el justificante bancario. (Se adjunta Modelo en **Anexo**)

e).- **Póliza de seguro**, en relación con el contrato adjudicado, en los términos previstos en el mismo.

f) -**Pago de los anuncios de licitación, si así se requiere en el pliego**, mediante gestión previa en el Departamento de Tesorería de IFEMA, teléfono: 91.722.50.05, extensión 4923.

g).- **Certificado específico de estar al corriente de sus obligaciones tributarias referido a contratistas y/o subcontratistas** regulado en el artículo 43.1f de la Ley General Tributaria (Ley 58/2003), relativo a la responsabilidad subsidiaria para las entidades que contraten o subcontraten la ejecución de obras o la prestación de servicios correspondientes a su actividad principal, por las obligaciones tributarias relativas a tributos que deban repercutirse o cantidades que deban retenerse a trabajadores, profesionales u otros empresarios, en la parte que corresponda a las obras o servicios objeto de la contratación o subcontratación.

Este certificado se emite en cualquiera de las oficinas de la Administración Tributaria, o bien a través de su página web **www.aeat.es** con una validez de 12 meses amparando

exclusivamente los pagos de las facturas de contratación o subcontratación realizados dentro de dicho periodo. Este documento deberá ser presentado ó remitido anualmente.

h)- Cuando el licitador tuviera la condición de **unión temporal de empresas (UTE)**, **escritura pública de constitución inscrita en el Registro Especial del Ministerio de Hacienda**, u organismo equivalente del país del domicilio social del Empresario, y nombramiento 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 la extinción del mismo.

El citado documento deberá estar firmado por los representantes de cada una de las empresas.

NOTA.- Si tuvieran cualquier duda sobre la documentación administrativa que debe ser incluida en su oferta pueden realizar la consulta correspondiente a la Secretaría General de IFEMA. Teléfonos: 91 722.57.47, 91.722.51.22 ; fax 91 722.57.80 o a las direcciones de e-mail siguientes: jherraiz@ifema.es; ygoomez@ifema.es o mjdiaz@ifema.es.

III.- MODELO DE DECLARACIÓN RESPONSABLE REGISTRO LICITADORES

D., domiciliado en
....., calle, núm.
....., con D.N.I. núm., mayor de edad, en nombre propio
(o en representación de la empresa
....., con C.I.F. núm.
....., y domicilio en, calle
....., núm.),

DECLARA BAJO SU RESPONSABILIDAD:

1.- Que los datos anotados en el registro de licitadores presentado en esta licitación están vigentes y no han sufrido modificación alguna.

(En caso afirmativo se deberán indicar las variaciones o modificaciones que hayan tenido lugar así como aportar los documentos que lo acrediten).

..... de de 2019

IV.- MODELO DE DECLARACIÓN RESPONSABLE -

D., domiciliado en
....., calle, núm.
....., con D.N.I. núm., mayor de edad, en nombre propio
(o en representación de la empresa
....., con C.I.F. núm.
....., y domicilio en, calle
....., núm.),

DECLARA BAJO SU RESPONSABILIDAD:

1.- Que el ofertante, y/o el representante de éste (si actuara mediante representante) no están incurso en las prohibiciones e incompatibilidades para contratar reflejadas en el artículo 71 de la LCSP ni tampoco en las prohibiciones específicas establecidas en el presente Pliego.

2.- Que el ofertante se encontraba al corriente de sus obligaciones tributarias a la fecha de presentación de la oferta y que se encuentra al corriente cuando formula esta declaración.

3.- Que el ofertante se encontraba al corriente de pago, a la fecha de presentación de la oferta, en el Impuesto sobre Actividades Económicas o documento equivalente en el país del domicilio social del empresario y que se encuentra al corriente cuando formula esta declaración. Si no está obligado al pago del mismo se incorporará una declaración responsable en este sentido.

4.- Que el ofertante se encontraba al corriente en el cumplimiento de sus obligaciones con la Seguridad Social a la fecha de la presentación de la oferta y que se encuentra al corriente cuando formula esta declaración.

5.- Que el ofertante no tiene deudas con IFEMA en período ejecutivo de pago, salvo que estuvieran garantizadas. (En caso de existir deuda garantizada, indicar deuda: concepto e importe).

6.- Que el resto de la documentación aportada está vigente y no ha sido modificada o sustituida a la fecha en que se formula esta declaración.

..... de de 2019

Fdo.:
(Firma y sello de la empresa)

**V.- MODELO
AVAL BANCARIO PARA GARANTÍA PROVISIONAL**

La Entidad, NIF, con domicilio en, en la calle/plaza/avenida, C.P., y en su nombre con poderes suficientes para obligarle en este acto.

A V A L A

a, NIF, en concepto de garantía provisional, para responder de las obligaciones derivadas de la participación en la licitación del **SERVICIO DE DISEÑO Y CREACIÓN PUBLICITARIA (GRÁFICA Y DIGITAL), ASESORAMIENTO, PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y REPRESENTACIÓN EN LA COMPRA DE MEDIOS DIGITALES Y MEDIACION Y COMPRA DE MEDIOS OFFLINE DE LAS CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD PARA IFEMA (INSTITUCIONAL Y DE FERIAS, EVENTOS, PRODUCTOS O SERVICIOS RELACIONADOS CON SU ACTIVIDAD)**, ante la INSTITUCIÓN FERIA DE MADRID (IFEMA), por importe de euros (.....€).

La entidad avalista declara bajo su responsabilidad, que cumple con los requisitos previstos en el art. 56.2 del Reglamento General de Contratos de las Administraciones Públicas.

Este Aval se otorga solidariamente con respecto al obligado principal, con renuncia expresa a los beneficios de orden, división y excusión y con compromiso de pago al primer requerimiento de la INSTITUCIÓN FERIA DE MADRID (IFEMA), incluso con la oposición del afianzado y sin poder posponer el pago o negarse al mismo, por ningún motivo

El presente Aval estará en vigor hasta que se autorice su cancelación o devolución por la INSTITUCIÓN FERIA DE MADRID (IFEMA).

El presente aval ha sido inscrito en esta misma fecha en el Registro de Avals con el número

(Lugar y fecha)

(Razón social de la Entidad)

(Firma de los apoderados)

VI.- MODELO DE AVAL BANCARIO PARA GARANTÍA DEFINITIVA

La Entidad , NIF , con domicilio en , en la calle/plaza/avenida , C. P. , y en su nombre con poderes suficientes para obligarle en este acto.

AVALA

a , NIF , en concepto de garantía definitiva, para responder de las obligaciones derivadas de la adjudicación **SERVICIO DE DISEÑO Y CREACIÓN PUBLICITARIA (GRÁFICA Y DIGITAL), ASESORAMIENTO, PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y REPRESENTACIÓN EN LA COMPRA DE MEDIOS DIGITALES Y MEDIACION Y COMPRA DE MEDIOS OFFLINE DE LAS CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD PARA IFEMA (INSTITUCIONAL Y DE FERIAS, EVENTOS, PRODUCTOS O SERVICIOS RELACIONADOS CON SU ACTIVIDAD)** ante la INSTITUCIÓN FERIA DE MADRID (IFEMA), por importe de euros (.....€).

La entidad avalista declara bajo su responsabilidad, que cumple con los requisitos previstos en el art. 56.2 del Reglamento General de Contratos de las Administraciones Públicas.

Este Aval se otorga solidariamente con respecto al obligado principal, con renuncia expresa a los beneficios de orden, división y excusión y con compromiso de pago al primer requerimiento de la INSTITUCIÓN FERIA DE MADRID (IFEMA), incluso con la oposición del afianzado y sin poder posponer el pago o negarse al mismo, por ningún motivo

El presente Aval estará en vigor hasta que se autorice su cancelación o devolución por la INSTITUCIÓN FERIA DE MADRID (IFEMA).

El presente aval ha sido inscrito en esta misma fecha en el Registro de Avals con el número

(Lugar y fecha)

(Razón social de la Entidad)

(Firma de los apoderados)

VII.- MODELO DE CERTIFICADO DE SEGURO DE CAUCIÓN

Certificado número(1) (en adelante, asegurador), con domicilio en....., calle....., y NIF....., debidamente representado por Don(2), con poderes suficientes para obligarle en este acto.

ASEGURA a(3), NIF....., en concepto de tomador del seguro, ante la INSTITUCIÓN FERIAL DE MADRID (IFEMA), en adelante asegurado, hasta el importe de(en letras y en cifras), en los términos y condiciones establecidos en el Texto Refundido de la Ley de Contratos del Sector Público, normativa de desarrollo y Pliego de Bases por la que se rige el **SERVICIO DE DISEÑO Y CREACIÓN PUBLICITARIA (GRÁFICA Y DIGITAL), ASESORAMIENTO, PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y REPRESENTACIÓN EN LA COMPRA DE MEDIOS DIGITALES Y MEDIACION Y COMPRA DE MEDIOS OFFLINE DE LAS CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD PARA IFEMA (INSTITUCIONAL Y DE FERIAS, EVENTOS, PRODUCTOS O SERVICIOS RELACIONADOS CON SU ACTIVIDAD)** en concepto de garantía.....(4), para responder de las obligaciones, y demás gastos que se puedan derivar conforme a las normas y demás condiciones administrativas precitadas frente al asegurado.

El asegurador declara, bajo su responsabilidad, que cumple los requisitos exigidos en el artículo 57.1 del Reglamento General de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas.

La falta de pago de la prima, sea única, primera o siguientes, no dará derecho al asegurador a resolver el contrato, ni éste quedará extinguido, ni la cobertura del asegurador suspendida ni éste liberado de su obligación, caso de que el asegurador deba hacer efectiva la garantía.

El asegurador no podrá oponer al asegurado las excepciones que puedan corresponderle contra el tomador del seguro.

El asegurador asume el compromiso de indemnizar al asegurado al primer requerimiento de la INSTITUCIÓN FERIAL DE MADRID (IFEMA).

El presente seguro de caución estará en vigor hasta que la INSTITUCIÓN FERIAL DE MADRID (IFEMA) autorice su cancelación o devolución.

Lugar y fecha

Firma:

Asegurador.

Instrucciones para la cumplimentación del modelo.

- (1) Se expresará la razón social completa de la entidad aseguradora.
- (2) Nombre y apellidos del apoderado o apoderados.
- (3) Nombre de la persona asegurada.
- (4) Indicar modalidad del seguro de que se trata en función de que será garantía provisional o definitiva

En....., a.....de.....de 2018

Fdo.:.....

(Firma y sello de la empresa)

VIII.- DATOS DE CONTACTO DEL OFERTANTE -

Con la finalidad de facilitar el contacto entre IFEMA y las empresas participantes, los ofertantes deberán cumplimentar la ficha incluida a continuación con todos aquellos datos de contacto profesional de las personas que intervengan en cualquier asunto administrativo/técnico relacionado con este concurso.

DENOMINACIÓN SOCIAL:	
DIRECCIÓN:	
PERSONA/S DE CONTACTO PARA ESTE EXPEDIENTE:	
TELÉFONO/S:	
FAX/ES:	
CORREO ELECTRÓNICO DE LAS PERSONA/S DE CONTACTO PARA ESTE EXPEDIENTE:	
OTROS DATOS QUE ESTIMEN DE INTERÉS:	

Solvencia

En, de de 2019

Fdo.:
(Firma y sello de la empresa)

Los datos de carácter profesional que facilita se incorporarán en un fichero de IFEMA con domicilio en Feria de Madrid (28042) Madrid, con la finalidad de incluirle como posible proveedor de IFEMA en los sectores que pudieran corresponder a su actividad profesional. Los citados datos podrán ser utilizados, en su caso, para enviarle información, incluso por medios electrónicos, sobre futuras licitaciones de IFEMA que pudieran considerarse incluidas dentro de su actividad o de su interés. Los derechos de acceso, rectificación, oposición y cancelación de estos datos podrán ejercerse mediante carta dirigida a IFEMA: Protección de Datos (ref.: proveedores de licitaciones), apartado de correos 67.067 (28080) de Madrid, o vía e-mail a la dirección: protecciondedatos@ifema.es incluyendo en el asunto "proveedores de licitaciones".

IX.- MODELO DE DECLARACIÓN RESPONSABLE DEL CUMPLIMIENTO DE LAS CONDICIONES EXIGIDAS LEGALMENTE PARA CONTRATAR CON IFEMA, ESTABLECIDAS EN LOS APARTADOS 2 A 6 DEL ANEXO I DEL PRESENTE PLIEGO

D.....
con D.N.I. o documento que lo sustituya nº, actuando en su nombre o en representación de la empresa, con relación al expediente para la contratación de.....
.....

DECLARA BAJO SU RESPONSABILIDAD

Que en la fecha en que finaliza el plazo de presentación de proposiciones u ofertas, cumple las condiciones establecidas legalmente para contratar con la Administración y en concreto las que resultan de los apartados 2 a 6 del Anexo I del presente pliego de bases, dispone de la documentación que así lo acredita y se compromete a mantener dichas condiciones durante el tiempo necesario a los efectos del presente contrato.

(Lugar, fecha, firma y sello de la empresa)

X.- MODELO DE DECLARACIÓN RESPONSABLE DE SOMETIMIENTO A LA JURISDICCIÓN ESPAÑOLA

D.....
con D.N.I. o documento que lo sustituya nº, actuando en su nombre
o en representación de la empresa, con relación
al expediente para la contratación de.....
.....

DECLARA BAJO SU RESPONSABILIDAD

Que para todas las incidencias que de modo directo o indirecto pudieran surgir en relación con el cumplimiento, efectos o extinción del Contrato, la empresa licitadora que suscribe se somete a la **jurisdicción de los Juzgados y Tribunales españoles de cualquier orden**, con renuncia, en su caso, al fuero jurisdiccional extranjero que pudiera corresponderles. Todo ello sin perjuicio del sometimiento a la cláusula de arbitraje en el caso de que, en su caso, se previera en el Pliego.

(Lugar, fecha, firma y sello de la empresa)

MODELO DE DECLARACIÓN RESPONSABLE - SOLVENCIA TÉCNICA

LOTE 1

D., domiciliado en
....., calle, núm.
....., con D.N.I. núm., mayor de edad, en nombre propio
(o en representación de la empresa
....., con C.I.F. núm.
....., y domicilio en, calle
....., núm.),

DECLARA BAJO SU RESPONSABILIDAD:

Los licitadores deberán acreditar que cumplen los siguientes requisitos:

LOTE 1: Medios digitales y creación publicitaria

- o Certificaciones:
 - a. Google Analytics Certified
 - b. Ser Sales Partner de Google y/o Certified Company y/o Google Partner Premier.

- 7. Experiencia en gestión de campañas a través de los módulos de la plataforma Google Marketing Platform:
 - o Experiencia en desarrollo de servicios de Tag Manager (preferiblemente Google Tag Manager): deberán haber desarrollado este tipo de servicio con al menos 3 clientes diferentes en los últimos 2 años (2017 Y 2018).
 - o Un mínimo de 3 campañas SEM para un mínimo de 3 clientes diferentes, en los últimos 2 años (2017 y 2018), con DS/Search Ads 360.
 - o Un mínimo de 3 campañas para un mínimo de 3 clientes diferentes, en los últimos 2 años (2017 y 2018), con DBM/Display&Video 360.

CLIENTE Y SECTOR ECONÓMICO AL QUE PERTENECE	INFO DE CAMPAÑA: ámbito, presupuesto, objetivos de campaña, período de campaña.	Alcance del Servicio	Módulos de Google Marketing Platform	RESULTADOS OBTENIDOS: CPC, incremento de tráfico, usuarios, rendimiento de keywords, ROI
1:				
2:				

3:				
1:				
2:				
3:				
1:				
2:				
3:				

- La empresa debe tener sede o delegación en España.
- Empresa con proyectos digitales multinacionales: se solicita que aporten haber realizado al menos 3 proyectos digitales de ámbito internacional incluyendo presencia en varios países y en diferentes entornos, en los últimos 3 años (2016, 2017 y 2018).

CLIENTE Y SECTOR	IMPORTE TOTAL DE CAMPAÑA en euros (€)	PERIODO DE CAMPAÑA (Fechas)	ENTORNOS, PRESUPUESTO, Y CANALES POR PAÍS (País XXX - NNNN € - Adwords, display, Social Media, soportes directos, etc.)	OBJETIVOS DE CAMPAÑA
1:				
2:				
3:				

- Experiencia en diferentes sectores económicos/industriales: automoción, turismo, bienes de consumo, sector Ticketing, agricultura y ganadería, construcción, alimentación, medio ambiente y energía, educación, ocio...: Se solicita que aporten al menos 5 proyectos de comunicación en los últimos 3 años (2016, 2017, 2018) realizados con clientes de 5 sectores económicos/industriales diferentes.

CLIENTE	SECTOR	TIPO DE PROYECTO DE COMUNICACIÓN DESARROLLADO
1:		
2:		
3:		
4:		

5:		
----	--	--

- Exclusividad local: La agencia adjudicataria de la cuenta de IFEMA no puede trabajar en la actualidad con otras instituciones, organismos o entidades organizadoras de ferias, competencia directa de IFEMA desde la misma oficina. En el caso de que en otra de sus oficinas, ubicada en otra ciudad, trabaje con una institución de la competencia, deberá comunicarlo y en caso de resultar adjudicataria, se protegerá la confidencialidad de los datos de la cuenta de IFEMA en una cláusula del contrato.

MODELO DE DECLARACIÓN RESPONSABLE - SOLVENCIA TÉCNICA

LOTE 2

D., domiciliado en calle núm., con D.N.I. núm., mayor de edad, en nombre propio (o en representación de la empresa con C.I.F. núm., y domicilio en calle),

DECLARA BAJO SU RESPONSABILIDAD:

Los licitadores deberán acreditar que cumplen los siguientes requisitos:

LOTE 2: Mediación y Compra de Medios Offline

1. Detalle de la ejecución de 3 campañas por año en los últimos tres años (2016, 2017 y 2018), que contemplen inversión en los medios Offline objeto de este pliego (publicidad en prensa diaria, revistas, radio, exterior) cuya suma de inversión gestionada entre las 3 campañas aportadas por año sea superior a 500.000€

CAMPAÑAS	CLIENTE	DENOMINACIÓN DE LA CAMPAÑA	FECHAS DE LA CAMPAÑA	MEDIO	DESCRIPCIÓN SOPORTES UTILIZADOS	ÁMBITO (NACIONAL-REGIONAL - LOCAL)	IMPORTE NETO POR MEDIO EN EUROS
1.							
2.							
3.							
1.							

2.							
3.							
1.							
2.							
3.							

8. Exclusividad local: La agencia adjudicataria de la cuenta de IFEMA no puede trabajar en la actualidad con otras instituciones, organismos o entidades organizadoras de ferias, competencia directa de IFEMA desde la misma oficina. En el caso de que en otra de sus oficinas, ubicada en otra ciudad, trabaje con una institución de la competencia, deberá comunicarlo y en caso de resultar adjudicataria, se protegerá la confidencialidad de los datos de la cuenta de IFEMA en una cláusula del contrato.

**MODELO DE DECLARACIÓN RESPONSABLE
SOLVENCIA ECONÓMICO-FINANCIERA**

LOTE 1: Medios digitales y creación publicitaria

D., domiciliado en
....., calle, núm.
....., con D.N.I. núm., mayor de edad, en nombre propio
(o en representación de la empresa
....., con C.I.F. núm.
....., y domicilio en, calle
....., núm.,

DECLARA BAJO SU RESPONSABILIDAD:

Que la empresa que represento ha realizado la siguiente cifra de negocios en los ejercicios 2015, 2016 y 2017.

2015:.....€

2016:.....€

2017:.....€

..... de de 2019

Fdo.:
(Firma y sello de la empresa)

SOLVENCIA ECONÓMICO-FINANCIERA

LOTE 2: Mediación y Compra de Medios Offline

D., domiciliado en
....., calle, núm.
....., con D.N.I. núm., mayor de edad, en nombre propio
(o en representación de la empresa
....., con C.I.F. núm.
....., y domicilio en, calle
....., núm.,

DECLARA BAJO SU RESPONSABILIDAD:

Que la empresa que represento ha realizado la siguiente cifra de negocios en los ejercicios 2015, 2016 y 2017.

2015:.....€

2016:.....€

2017:.....€

..... de de 2019

Fdo.:
(Firma y sello de la empresa)

ANEXO II

**PROPOSICIÓN ECONÓMICA Y CRITERIOS TÉCNICOS DE CARÁCTER
OBJETIVO**

**(SE INCORPORARÁ EN EL SOBRE O ARCHIVO ELECTRÓNICO 3.
PROPOSICIÓN ECONÓMICA Y CRITERIOS TÉCNICOS DE CARÁCTER OBJETIVO)**

**MODELO DE DECLARACIÓN RESPONSABLE
CRITERIOS TÉCNICOS OBJETIVOS LOTE 1**

D., domiciliado en
....., calle, núm.
....., con D.N.I. núm., mayor de edad, en nombre propio (o
en representación de la empresa,
con C.I.F. núm., y domicilio en, calle
....., núm.,

**DECLARA BAJO SU RESPONSABILIDAD: (contestar cada uno de los siguientes
supuestos SI/NO)**

- Ser Google Analytics Reseller: _____
- Ser Google Marketing Platform Reseller: _____

..... de de 2019

Fdo.:

(Firma y sello de la empresa)

ANEXO II – PROPOSICIÓN ECONÓMICA.-

El ofertante deberá cumplimentar el modelo/s 1 y/o 2 y la ficha/s contemplados en este ANEXO para cada uno de los lotes a los que presente oferta, indicando en su propuesta el precio total ofertado (IVA EXCLUIDO) y los porcentajes de descuento en cada uno de los casos en que corresponda, para cada uno de los conceptos que figuran en cada una de las FICHAS y que serán de aplicación para la realización del servicio solicitado, teniendo en cuenta las siguientes consideraciones y entendiendo que dicho precio incluye todas las necesidades fijadas en el pliego de bases y sus anexos.

IFEMA facilita las hojas de calculo correspondientes a este apartado a efectos de ayuda a los licitadores para el calculo de la propuesta económica. La oferta deberá presentarse aportando el fichero Excel cumplimentado y firmado electrónicamente por la persona con capacidad bastante. Se podrán aportar tanto el fichero en formato Excel como fichero pdf.

A todos los efectos, la propuesta reconocida por IFEMA será la que figure totalmente cumplimentada y con la **firma electrónica** de la persona con capacidad

CONSIDERACIONES:

Lote 1:

1. Además de cumplimentar el modelo 1 de oferta económica, el ofertante también deberá cumplimentar las FICHAS del presente Anexo, indicando en cada caso:

- 1.1. Honorarios (Ficha A.1. del presente Anexo):

- Importe de su oferta (IVA EXCLUIDO) detallando el importe mensual de los honorarios y el importe total siendo éste el importe de los honorarios por 24 meses. La cantidad resultante deberá coincidir con el importe total que figure en el modelo 1. El importe total no podrá superar el presupuesto máximo de licitación.

- 1.2. Tecnología (Ficha A.2. del presente Anexo)

- Porcentaje de descuento aplicado en cada concepto.

- 1.3. Tarifario de Creatividad Gráfica Offline (Ficha A.3. del presente Anexo)

- Precios unitarios de cada uno de los conceptos (IVA EXCLUIDO).

- 1.4. Tarifario de Creatividad Gráfica Online (Ficha A.4. del presente Anexo)

- Precios unitarios de cada uno de los conceptos (IVA EXCLUIDO).

En los dos últimos puntos se indicará el importe total de su oferta (IVA EXCLUIDO), que corresponderá a la suma de los productos de los precios unitarios (IVA EXCLUIDO) que aporte el ofertante para cada tipo de material, por el número de unidades indicados en cada caso. La cantidad resultante deberá coincidir con el importe total que figure en el Modelo 1. **El importe total no podrá superar el presupuesto máximo de licitación.**

2. Los precios unitarios y los porcentajes planteados en cada caso en cada una de las FICHAS son precios máximos con el IVA EXCLUIDO. Los precios unitarios a ofertar en ningún caso podrán ser superiores a los precios unitarios máximos facilitados por IFEMA, y deberán ser expresados con el IVA EXCLUIDO. Serán excluidas las propuestas que superen alguna de estas cantidades.
3. Las FICHAS contienen la estimación de unidades por cada trabajo y los precios unitarios máximos por cada elemento. Estas estimaciones tienen carácter orientativo, con los márgenes legales previstos.
4. Todos los precios unitarios a indicar en los distintos modelos **deberán consignarse con un máximo de 2 decimales.**

Lote 2:

1. La previsión de inversión publicitaria neta máximo de inversión neta, para el periodo de contratación es de 4.480.274 (CUATRO MILLONES CUATROCIENTOS OCHENTA MIL DOSCIENTOS SETENTA Y CUATRO EUROS), IVA no incluido.
2. Las FICHAS a cumplimentar (FICHA DETALLE) que acompañaran el Modelo de la oferta económica, reflejaran:
 - a. El porcentaje de descuento negociado con cada soporte/grupo de soportes (que incluirá descuento de agencia, si lo hubiere) en cada medio. Este porcentaje se aplicará en cada plan de medios, deducido de la tarifa vigente del soporte.
 - b. Comisión de servicio agencia, expresada en porcentaje, con un máximo del 2%, a aplicar sobre importe neto de campaña. No se admiten comisiones negativas.
 - c. Comisión por gestión
3. En caso de que la agencia de medios ofertante trabajara con otras bonificaciones, éstas se incluirán en los conceptos indicados anteriormente, es decir, no se incorporarán de forma independiente a los cuadros, sino que formarán parte de cualquiera de los descuentos mencionados, que el ofertante estime oportuno.

Para la facturación y forma de pago, se estará a lo previsto en el apartado 10.- FACTURACIÓN Y FORMA DE PAGO – de las condiciones generales.

CON LA FINALIDAD DE FACILITAR LA PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA ECONÓMICA, SE HA ADJUNTADO EN EL PERFIL DEL CONTRATANTE LOS ARCHIVOS EN SOPORTE ELECTRÓNICO FICHAS –A-, EL OFERTANTE DEBERÁ OBLIGATORIAMENTE ENTREGAR ESTOS FICHEROS ELECTRÓNICOS

DEBIDAMENTE CUMPLIMENTADOS EN FORMATO EXCEL EN LOS MISMOS TERMINOS PREVISTOS QUE EL RESTO DE DOCUMENTACIÓN A CONSIGNAR CON LA OFERTA.

En dicha hoja de cálculo, el ofertante únicamente deberá cumplimentar las celdas señaladas en fondo azul. La hoja de cálculo efectuará automáticamente el cálculo de la totalidad de la oferta económica realizada.

MODELO -1- OFERTA ECONÓMICA

LOTE 1: Medios Digitales y Creación Publicitaria

D....., domiciliado en calle núm., con D.N.I. núm., mayor de edad, en nombre propio (o en representación de la empresa con C.I.F. núm., y domicilio en calle núm., una vez enterado de las condiciones exigidas para optar a la adjudicación del “**SERVICIO DE DISEÑO Y CREACIÓN PUBLICITARIA (GRÁFICA Y DIGITAL), ASESORAMIENTO, PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y REPRESENTACIÓN EN LA COMPRA DE MEDIOS DIGITALES Y MEDIACION Y COMPRA DE MEDIOS OFFLINE DE LAS CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD PARA IFEMA (INSTITUCIONAL Y DE FERIAS, EVENTOS, PRODUCTOS O SERVICIOS RELACIONADOS CON SU ACTIVIDAD)**”, se compromete a realizarlo con sujeción al Pliego de Bases y sus Anexos por las cantidades que se detallan a continuación, según cada uno de los conceptos que componen la oferta, siendo estos:

- A. Honorarios, por la cantidad deEuros
(en letras y cifras) (IVA excluido).
- B. Creatividad Gráfica Online por la cantidad deEuros
(en letras y cifras) (IVA excluido).
- C. Creatividad Gráfica Offline por la cantidad deEuros
(en letras y cifras) (IVA excluido).
- D. Concepto de Tecnología por aplicación de los porcentajes de descuento que figuran en la FICHA DE LA OFERTA ECONÓMICA adjunta.

..... de de 2019

Fdo.:
(Firma y sello de la empresa)

FICHAS DE OFERTA ECONÓMICA
MEDIOS DIGITALES Y CREATIVIDAD

A.1. HONORARIOS

HONORARIOS POR SERVICIO DE ASESORAMIENTO, GESTIÓN, OPTIMIZACIÓN, REPRESENTACIÓN DE COMPRA Y SERVICIO CREATIVO			
IMPORTE HONORARIOS MENSUAL MÁXIMO (en euros)	IMPORTE TOTAL HONORARIOS 24 MESES (en euros)	IMPORTE HONORARIOS MENSUAL OFERTADO (en euros)	IMPORTE HONORARIOS TOTAL OFERTADO 24 MESES
21.500 €	516.000 €		0 €

A.2. TECNOLOGÍA

SA360

TARIFARIO DE COSTE DE TECNOLOGÍA			
SA360			
Monthly volume (in EUR)		Coste de Tecnología (% sobre inversión)	
Min	Max. Inversión	% Coste Máximo	Descuento sobre Porcentaje Coste Máximo
0 €	380,00 €	2.50%	
380,00 €	770,00 €	1.50%	
770,00 €	3,100,000€	1.00%	
3,100,001€	-	0.70%	

**CAMPAIGN
MANAGER**

Campaign Manager			
Monthly volume (impressions)		Coste	
Min	Max	CPM Máximo	Descuento sobre CPM Máximo
0	100,000,000	0.0519€	
100,000,001	250,000,000	0.0421€	
250,000,001	500,000,000	0.0359€	
500,000,001	1,000,000,000	0.0338€	
1,000,000,001	-	0.0290€	

CLICKTRACKERS

Clicktrackers	Coste	
Clicktrackers (CPC)	CPC Máximo	Descuento sobre CPC Máximo
	0.0120€	

DATA TRANSFER + ESTANDAR ADS

Data transfer + estándar Ads	Coste	
	CPM Máximo	Descuento sobre CPM Máximo
Data Transfer service (monthly)	1,09 €	
Estándar Ads	0,03 €	

D&V360

D&V360			
Monthly volume (in EUR)		Coste de Tecnología (% sobre inversión)	
Min	Max	% Coste Máximo	Descuento sobre Porcentaje Coste Máximo
0	380	15.00%	
380,001	770	14.00%	
770,001	-	13.00%	
NON-EXCHANGE spend		4.00%	

STUDIO

Studio		
Format	CPM Máximo	Descuento sobre CPM Máximo
In-Page (non-video)	0.11€	
DoubleClick In-Stream	0.29€	
Floating; Pop/Overlay; Expanding	0.31€	
Any DRM Ad containing video	0.86€	

A.3. TARIFARIO DE PRECIOS UNITARIOS CREACIÓN GRÁFICA OFFLINE

CONCEPTO	VOLUMEN ESTIMADO	PRECIO UNITARIO MÁXIMO (en euros)	PRECIO TOTAL MAXIMO	PRECIO UNITARIO OFERTADO (en euros)	PRECIO TOTAL OFERTADO (en euros)
LOGOTIPO: naming + gráfico + manual de logotipo					
Creación de nuevo logotipo	8	4.000	32.000		
Re-styling logotipo ya existente	5	2.000	10.000		
Diseño de icono-sello o pictograma	30	800	24.000		
ARTE FINAL CARTEL/ANUNCIO COLOR Y BN					
Arte final cartel 50 x 70 cm: master	150	1.000	150.000		
Arte final Media página (vertical y horizontal)	65	600	39.000		
Arte final Faldón	40	500	20.000		
Arte final Columna	15	500	7.500		
Arte final Robapaginas	15	500	7.500		
ADAPTACIONES COLOR Y BN					
Adaptación Página	100	700	70.000		
Adaptación Media página (vertical y horizontal)	10	400	4.000		
Adaptación Faldón	70	300	21.000		
Adaptación Columna	13	300	3.900		

Adaptacion Robapaginas	20	300	6.000		
------------------------	----	-----	-------	--	--

ARTE FINAL FOLLETOS (tamaño cerrado)/MARKETING DIRECTO- DISEÑO Y ARTE FINAL				
Díptico Din-A4	58	1.500	87.000	
Tríptico Din-A4	16	1.700	27.200	
Cuadríptico Din-A4	10	2.000	20.000	
Folleto A4 hasta 12 paginas	2	3.000	6.000	
Folleto A4 hasta 36 paginas	2	6.000	12.000	
Coste de página adicional (1 cara)	5	175	875	
Díptico Din-A5	60	1.100	66.000	
Tríptico Din-A5	5	1.400	7.000	
Cuadríptico Din-A5	5	1.600	8.000	
Coste de página adicional (1 cara)	2	150	300	
Díptico 10 x 20 cm.	80	1.000	80.000	
Tríptico 10 x 20 cm.	5	1.100	5.500	
Cuadríptico 10 x 20 cm.	4	1.300	5.200	
Coste de página adicional (1 cara)	5	120	600	
Octavilla/Flyer/Tarjetón (2 caras)	70	400	28.000	
Sobre (cualquier formato)	5	200	1.000	
Carpeta (cualquier formato)	10	400	4.000	
Caja sin desarrollo	2	900	1.800	
Caja con desarrollo (incluye troquel)	2	1.100	2.200	
Troquel	5	400	2.000	

* Para otros formatos no recogidos en esta Ficha de precios se aplicará el precio del formato más cercano. En caso de incluir troquel especial, se incorporará al coste, el importe de Troquel

ADAPTACIONES					
Adaptación de folleto de cualquier tamaño en base a arte final realizado: consistente en sustitución de textos (idioma, otras versiones) e imágenes.	30	900	27.000		
ARTE FINAL ELEMENTOS DE PUBLICIDAD EXTERIOR					
Videowall: Animación de entre 10 y 20 segundos en base a gráfico aprobado	20	1.000	20.000		
Arte final Opi / Mupi	15	1.000	15.000		
Arte final columna	2	1.000	2.000		
Arte final Valla (8x 3/2 x 1,5...)	15	1.000	15.000		
Arte final Banderola (2 modelos de 90x120 cm), en base a guidelines definidos	20	800	16.000		
Roll ups o traseras tipo photocall	1	500	500		
Displays y otros corpóreos	1	795	795		
Arte final Lateral bus (incluye 3 medidas)	20	1.000	20.000		
ADAPTACIONES					
Adaptacion Mui/Opi, Columna	8	500	4.000		
Adaptación Valla	10	500	5.000		
Adaptacion Buses (por formato)	10	200	2.000		
CUÑA DE RADIO					
Creación de texto a locutar	48	200	9.600		
Grabación de cuñas y otros audios					
1 Hora de sala. Grabación y mezcla.	80	110	8.800		
Back up, conversión a mp3	48	35	1.680		
TOTAL			906.950		

A.4. TARIFARIO DE PRECIOS UNITARIOS CREACIÓN GRÁFICA ONLINE

CONCEPTO	UNIDADES ESTIMADAS	PRECIO UNITARIO MÁXIMO (en euros)	PRECIO TOTAL MÁXIMO	PRECIO UNITARIO OFERTADO (en euros)	PRECIO TOTAL OFERTADO
Banners					
Master banner gif	800	400,00 €	320.000,00 €		
Adaptación	5.000	40,00 €	200.000,00 €		
Master banner estático	70	250,00 €	17.500,00 €		
Adaptación	100	35,00 €	3.500,00 €		
Master banner html5	70	500,00 €	35.211,00 €		
Adaptación	100	60,00 €	6.000,00 €		
Servicios Adicionales					
Email Marketing (Nuevo diseño y maquetación)	16	750,00 €	11.737,00 €		
Email Marketing (maquetación en base a plantilla)	53	600,00 €	31.800,00 €		
Email Marketing - Actualizar contenido	31	400,00 €	12.400,00 €		
Email marketing cambio de idioma	50	200,00 €	10.000,00 €		
Newsletter html	20	600,00 €	11.737,00 €		
BLOG BÁSICO (De fácil desarrollo)	2	3.000,00 €	6.000,00 €		
BLOG (Desarrollo complejo)	2	6.000,00 €	12.000,00 €		
LANDING PAGES					
LP nuevo diseño	20	1.100,00 €	22.000,00 €		
LP básica desde Plantilla: Con copys e imágenes	156	800,00 €	124.800,00 €		
Adaptación LP	160	300,00 €	48.000,00 €		
LP tecnología AMP (carga veloz) simple	8	1.500,00 €	11.737,00 €		

LP tecnología AMP (carga veloz) complejas	2	2.000,00 €	4.000,00 €		
LP tecnología AMP: adaptación de contenido en base a plantilla	2	700,00 €	1.400,00 €		
LP tecnología AMP: adaptación de idioma	2	400,00 €	800,00 €		
INFOGRAFÍAS ESTÁTICA					
Infografía pequeña (1 o 2 bloques)	59	400,00 €	23.474,00 €		
Infografía grande (Hasta 6 bloques)	23	750,00 €	17.605,50 €		
Bloque a mayores: En caso de ser infografías donde haya que desarrollar la iconografía. Precio/hora	3	30,00 €	90,00 €		
INFOGRAFÍA ANIMADA					
Infografía pequeña (1 o 2 bloques). Cortinillas	25	500,00 €	12.500,00 €		
Infografía grande (Hasta 6 bloques)	7	900,00 €	5.868,50 €		
Bloque a mayores: En caso de ser infografías donde haya que desarrollar la iconografía. Precio/hora	3	30,00 €	90,00 €		

CREATIVIDAD REDES SOCIALES/PAID ADS					
Infografía simple para inserción en redes sociales	78	300,00 €	23.474,00 €		
PORTADAS RRSS					
Adaptacion	10	60,00 €	586,85 €		
PAID ADS					
Anuncio Imágen individual	800	100,00 €	80.000,00 €		
Precio por imágen a partir de 2 unidades	50	70,00 €	3.500,00 €		
Adaptación	50	55,00 €	2.750,00 €		
Anuncio Carrusel hasta 5 imágenes	150	300,00 €	45.000,00 €		
Adaptación	2	50,00 €	100,00 €		
Anuncio video de hasta 10 imágenes	100	450,00 €	45.000,00 €		
Adaptación	1	205,00 €	205,00 €		

Image App Card	10	100,00 €	1.000,00 €	
Text Ad	400	100	40.000,00 €	
InMail	30	500	15.000,00 €	
Gmail ads	10	500	5.000,00 €	

EBOOKS Dando la información y los copies				
Ebook hasta 5 páginas	5	700,00 €	3.500,00 €	
Ebook hasta 10 páginas	5	800,00 €	4.000,00 €	
Ebook hasta 20 páginas	5	950,00 €	4.750,00 €	
Página adicional	28	85,00 €	2.347,40 €	

1.227.050,10 €

Los volúmenes planteados en las tablas de precios unitarios de creación grafica online y offline son estimados y el proveedor adjudicatario deberá mantener los precios cotizados durante la vigencia del contrato.

Independientemente las unidades pueden variar en función de las necesidades de IFEMA

MODELO -2- OFERTA ECONÓMICA

LOTE 2- Mediación y Compra de Medios Offline

D., domiciliado en
....., calle, núm.
....., con D.N.I. núm., mayor de edad, en nombre propio
(o en representación de la empresa
....., con C.I.F. núm.
....., y domicilio en, calle
....., núm., una vez
enterado de las condiciones exigidas para optar a la adjudicación del **“SERVICIO DE
DISEÑO Y CREACIÓN PUBLICITARIA (GRÁFICA Y DIGITAL), ASESORAMIENTO,
PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y REPRESENTACIÓN EN LA COMPRA DE
MEDIOS DIGITALES Y MEDIACION Y COMPRA DE MEDIOS OFFLINE DE LAS
CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD PARA IFEMA (INSTITUCIONAL Y DE FERIAS,
EVENTOS, PRODUCTOS O SERVICIOS RELACIONADOS CON SU ACTIVIDAD)”**,
se compromete a realizarlo con sujeción al Pliego de Bases y sus Anexos, por
aplicación de los porcentajes de descuento que figuran en la FICHA DE LA OFERTA
ECONÓMICA adjunta.

..... de de 2019

Fdo.:
(Firma y sello de la empresa)

**FICHAS A – DETALLE
OFERTA ECONÓMICA MEDIOS OFFLINE**

1.- PRENSA DIARIA			
CRITERIO DE VALORACIÓN	MÁXIMA PUNTUACIÓN	SOPORTES	% DESCUENTO OFERTADO
	160 PUNTOS		
1.1	65	PRENSA NACIONAL (incluidos suplementos y ediciones de Madrid)	
1.2	30	PRENSA ECONÓMICA	
1.3	32	PRENSA REGIONAL	
1.4	8	PRENSA DEPORTIVA	
1.5	10	DIARIOS GRATUITOS	
1.6	10	PRENSA INTERNACIONAL: PORTUGAL	
1.7	5	PRENSA INTERNACIONAL: OTROS PAISES EUROPEOS	

2.- RADIO			
CRITERIO DE VALORACIÓN	MÁXIMA PUNTUACIÓN	SOPORTES	% DESCUENTO OFERTADO
	200 PUNTOS		
2.1	80	CADENAS DE RADIO NACIONALES (CON DESCONEXIÓN REGIONAL Y PROVINCIAL)	
2.2	85	CADENAS DE RADIO MUSICALES (RADIOFÓRMULAS)	
2.3	15	CADENAS ECONÓMICAS	
2.4	5	CADENAS DEPORTIVAS	
2.5	12	CADENAS REGIONALES	
2.6	3	CADENAS LOCALES Y OTRAS	

3.- PUBLICIDAD EXTERIOR

CRITERIO DE VALORACIÓN	MÁXIMA PUNTUACIÓN	PUBLICIDAD EXTERIOR	% DESCUENTO OFERTADO
	260 PUNTOS		
3.1	40	AUTOBUSES URBANOS MADRID	
3.2	10	AUTOBUSES INTERURBANOS MADRID	
3.3	35	PRODUCCIÓN Y FIJACIÓN AUTOBUSES (URBANOS E INTERURBANOS)	
3.4	75	METRO DE MADRID	
3.5	15	TRENES: CERCANÍAS Y ESTACIONES	
3.6	5	INTERCAMBIADORES	
3.7	20	VALLAS ESTÁTICAS	
3.8	15	MONOPOSTES LED	
3.9	10	KIOSKOS DE PRENSA	
3.10	5	MOBILIARIO URBANO	
3.11	10	MERCADOS CENTRALES (MERCAMADRID Y OTROS)	
3.12	5	PRODUCCIÓN Y FIJACIÓN DE LONAS EN MERCADOS CENTRALES	
3.13	10	AEROPUERTOS	
3.14	5	SOPORTES EXTERIORES EN LISBOA (TRANVÍA/AUTOBUSES, KIOSKOS, ETC)	

4.- REVISTAS Y PUBLICACIONES ESPECIALIZADAS

CRITERIO DE VALORACIÓN	MÁXIMA PUNTUACIÓN	SOPORTES	% DESCUENTO OFERTADO
	80 PUNTOS		
4.1	30	REVISTAS INFLIGHTS DISTRIBUCIÓN EN LÍNEAS AÉREAS)	
4.2	5	REVISTAS DISTRIBUIDAS EN TRENES (CLUB RENFE, ETC)	
4.3	5	REVISTAS SECTOR PUBLICITARIO Y DEL SECTOR DE EVENTOS	
4.4	20	REVISTAS DE OCIO DE MADRID (GUIA OCIO, TIME OUT, ESMADRID, ETC)	
4.5	8	REVISTAS DE ACTUALIDAD, ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES (CAMBIO16, EJECUTIVOS, DIRIGENTES, ETC)	
4.6	5	REVISTAS FEMENINAS Y DE ESTILO DE VIDA	
4.7	5	ANUARIOS Y REVISTAS DEL SECTOR FERIA (M+A MESSEPLANNER, INTERNATIONAL, TRADESHOE DIRECTORY, ANUARIO DE LA PRENSA, ETC)	
4.8	2	OTRAS REVISTAS	

5. COMISIÓN DE SERVICIO AGENCIA

CRITERIO DE VALORACIÓN	MÁXIMA PUNTUACIÓN	COMISIÓN DE AGENCIA	PROPUESTA DE COMISIÓN EN %
A.	0-10 PUNTOS	COMISIÓN DE SERVICIO DE AGENCIA (MÁXIMO 2%)	

6. COMISIÓN DE AGENCIA POR GESTIÓN			
CRITERIO DE VALORACIÓN	MÁXIMA PUNTUACIÓN	COMISIÓN DE AGENCIA	PROPUESTA DE COMISIÓN EN %
B.	0-2 PUNTOS	COMISIÓN DE AGENCIA POR GESTIÓN	

ANEXO III

NORMAS PARA EL ACCESO A LOS RECURSOS DE IFEMA Y MEDIDAS DE SEGURIDAD

ANEXO III – NORMAS PARA EL ACCESO A LOS RECURSOS DE IFEMA Y MEDIDAS DE SEGURIDAD. -

INTRODUCCIÓN.

El presente documento detalla todos los aspectos técnicos relacionados con la seguridad en los accesos a los recursos informáticos IFEMA.

El adjudicatario accederá a los recursos informáticos de IFEMA objeto del servicio y se limitará la conexión a aquellos sistemas autorizados no pudiendo acceder a otros que se escapen del objetivo de este contrato.

El adjudicatario deberá implementar los mecanismos de seguridad necesarios para garantizar la seguridad, confidencialidad y disponibilidad de los sistemas.

El adjudicatario, respetará las disposiciones legales reglamentarias y normativas vigentes, incluyendo la normativa de seguridad de la información de IFEMA.

Los requerimientos se indican en estos tres apartados.

- A) **ACCESO A LA INFORMACION.**
- B) **SEGURIDAD EN LAS COMUNICACIONES Y RECURSOS DE RED.**
- C) **SEGURIDAD EN LAS ESTACIONES DE TRABAJO.**

A) ACCESO A LA INFORMACION.

- Sólo aquellos empleados del adjudicatario debidamente autorizados en razón del servicio podrán acceder a los Sistemas Informáticos de IFEMA y sólo desde aquellos puestos (terminales) y emplazamientos debidamente autorizados, y sólo a los recursos/información autorizados por IFEMA.
- El adjudicatario informará de cualquier cambio de su personal con autorización de acceso a los Sistemas Informáticos de IFEMA con tiempo suficiente para la revocación/autorización de sus accesos. Se deberá proporcionar por parte del adjudicatario una lista de usuarios autorizados por IFEMA para acceder a la plataforma, además de auditar y controlar quien accede, en que momento y con qué objetivo
- IFEMA podrá monitorizar cualquier acceso a sus Sistemas de Información. Se asumirá que los actos que se lleven a cabo con el identificador y la clave de acceso asignados han sido realizados en realidad por el usuario titular de los mismos. Siempre se hará buen uso del identificador de usuario asignado y se custodiará con eficacia la clave de acceso personal. Las autorizaciones de acceso a los Sistemas Informáticos de IFEMA son personales e intransferibles, por tanto, el personal del adjudicatario no podrá ceder sus cuentas ni claves de acceso a otras personas.

- El adjudicatario pondrá todos los medios técnicos y adoptarán todas las medidas de seguridad necesarias para garantizar que sólo podrán acceder a los recursos y sistemas de IFEMA únicamente aquellas personas autorizadas para la prestación del servicio objeto de este contrato.
- El uso por parte de los empleados del adjudicatario de los sistemas informáticos de IFEMA estará restringido al horario de servicio. Al finalizar, todos los usuarios deberán realizar el procedimiento de salida de las aplicaciones y la desconexión de la red de IFEMA. Cualquier ampliación del horario del servicio sólo podrá ser autorizado por IFEMA previa solicitud escrita a su responsable.
- Siempre que el adjudicatario esté en relación con el tratamiento de datos de carácter personal, conoce y acepta que todo su personal que preste servicio a IFEMA estará informado de los términos y condiciones establecidos en relación con el citado tratamiento de datos, así como la legislación vigente de protección de datos de carácter personal de obligado cumplimiento. En este sentido, todo el personal que preste servicio a IFEMA deberá firmar el correspondiente Acuerdo de Confidencialidad y recibirá unas las Normas de Uso de Sistemas de IFEMA.
- No se intentará descifrar las claves, sistemas o algoritmos de cifrado y cualquier otro elemento de seguridad que intervenga en el acceso lógico a los sistemas informáticos de IFEMA. No está permitido acceder a los recursos de IFEMA no autorizados expresamente por IFEMA. Se accederá únicamente a los recursos, datos, servicios y aplicaciones autorizadas.
- No deberán imprimirse en papel, grabarse ni obtener copias de los datos procedentes de IFEMA en ningún dispositivo de almacenamiento incluyendo los discos duros de los equipos empleados; salvo que sea necesidad para los usos previstos y autorizados para la prestación del servicio.
- Ningún usuario deberá poseer, para usos no propios de su responsabilidad u objeto del contrato, material o información alguna propiedad de IFEMA, tanto ahora como en el futuro.
- Todos los recursos informáticos disponibles, son propiedad de IFEMA y no deberán ser accedidos ni visualizados por personas no autorizadas en las pantallas de los equipos empleados. El usuario deberá custodiar también los documentos o listados que imprima con datos procedentes de la red corporativa de IFEMA.
- En el caso de que, por motivos directamente relacionados con el servicio a prestar, el usuario entre en posesión de datos de carácter personal o información confidencial bajo cualquier tipo de soporte, deberá entenderse que dicha posesión es estrictamente temporal, con obligación de secreto y sin que ello le conceda derecho alguno de posesión, titularidad o copia sobre la referida información. Asimismo, el usuario deberá devolver dichos

materiales a IFEMA, inmediatamente después de la finalización de las tareas que han originado el uso temporal de los mismos, y en cualquier caso, a la finalización de la relación laboral o contractual. La utilización continuada de la información en cualquier formato o soporte de forma distinta a la pactada y sin conocimiento de IFEMA, no supondrá, en ningún caso, una modificación de esta cláusula. Cualquier incidencia de seguridad relacionada con los datos de carácter personal deberá ser notificada a IFEMA.

- Los ficheros entregados son propiedad y responsabilidad de IFEMA quien manifiesta haber dado cumplimiento a todas las obligaciones legales que con respecto a los ficheros informatizados que contengan datos de carácter personal establecen las disposiciones vigentes y en particular la citada Ley 15/1999.
- Los usuarios de los sistemas de información de IFEMA deberán guardar, por tiempo indefinido, la máxima reserva y no divulgar ni utilizar directamente ni a través de terceras personas o empresas, los datos, documentos, metodologías, claves, análisis, programas y demás información a la que tengan acceso durante su relación laboral o contractual con IFEMA, tanto en soporte material como electrónico. Esta obligación continuará vigente tras la extinción del contrato o de la relación laboral o la prestación del servicio.
- Llegado el vencimiento del contrato o finalizado cada servicio encomendado, el adjudicatario borrará totalmente de sus sistemas informáticos estos ficheros sin necesidad de previo requerimiento.
- El adjudicatario conoce y acepta que cualquier otra utilización de los citados datos, o cesión de los mismos a terceros, sean o no filiales o empresas participadas por esta, para cualquier fin diferente del reseñado, constituye una vulneración del presente acuerdo de confidencialidad y de la normativa vigente de protección de datos de carácter personal declinando IFEMA cualquier responsabilidad al respecto.
- IFEMA se reserva el derecho a poder efectuar, en cualquier momento, los controles que estime oportunos para comprobar el cumplimiento de lo establecido en el presente acuerdo.
- En caso de incumplimiento de estas condiciones, el adjudicatario acepta y asume, expresamente, su plena responsabilidad, ante la Administración y/o ante terceros, respondiendo de las infracciones cometidas en relación con las disposiciones recogidas en la Ley 15/1999 de Protección de Datos de Carácter Personal y disposiciones complementarias, así como de las sanciones y/o indemnizaciones debidas a terceros, incluida IFEMA, por consecuencia de ese incumplimiento.

B) SEGURIDAD EN LAS COMUNICACIONES Y RECURSOS DE RED.

- El adjudicatario deberá disponer de la infraestructura de conectividad necesaria para materializar las comunicaciones necesarias para la prestación del servicio. Dispondrá de los elementos físicos y lógicos adicionales necesarios para garantizar la seguridad en la comunicación tanto con las máquinas como con los aplicativos, utilidades y servicios implicados en las actividades de IFEMA; se compromete además a cumplir los estándares de comunicación en que se basa la arquitectura de red de IFEMA, por ejemplo, adaptándose a la configuración de los elementos de seguridad tales como firewalls, proxys, etc. de IFEMA.
- El modo de comunicación debe ser ágil y seguro usando para ello las distintas posibilidades adecuadas para cada caso. Por ejemplo, entre otras, VPNs LAN to LAN, línea dedicada, etc. Se estudiarán las ofertas más ventajosas para IFEMA por parte del adjudicatario.
- Cuando el objeto del contrato sea establecer conectividad para la prestación del servicio, la preparación de la misma se hará justo a continuación de la formalización del contrato. El adjudicatario deberá definir los parámetros para la conexión y llevará a cabo todas las tareas necesarias para que la conectividad esté plenamente operativa y comprobada para poder iniciar la prestación del servicio. Durante la prestación del servicio, el adjudicatario deberá además proporcionar el soporte técnico necesario para un correcto funcionamiento de las comunicaciones entre las dependencias desde las que el equipo realice los servicios durante toda la duración de la misma. Para ello debe ponerse en contacto con la Dirección de la Tecnología de la Información de IFEMA
- Cuando en el contrato se establezcan Acuerdos de Nivel de Servicio (ANS) relacionados con las comunicaciones, el adjudicatario es responsable del cumplimiento de los mismos.
- Cuando se precisen realizar tareas desde las instalaciones del adjudicatario debido a la naturaleza del servicio, este deberá proveer Conexión a Internet propia y gestionada por él mismo para sus operadores, con un ancho de banda suficiente para garantizar el nivel de servicio, incluyendo líneas de respaldo (backup).
- Cuando el adjudicatario se conecte a IFEMA a través de su red corporativa facilitará plano de red con máximo nivel de detalle para validar que dicha conexión cumple con los requisitos de seguridad requeridos por IFEMA.
- Estos requerimientos técnicos pueden ser modificados por IFEMA por necesidades de negocio o técnicas y ningún cambio puede ser abordado por el adjudicatario sin consentimiento de IFEMA.

C) SEGURIDAD EN LAS ESTACIONES DE TRABAJO.

- Cuando el objeto del servicio requiera que el adjudicatario tiene que prestar el mismo desde su propia plataforma tecnológica, el adjudicatario se compromete a proporcionar una plataforma tecnológica que soporte los sistemas y

herramientas utilizados, tanto propios como de IFEMA y garantice el funcionamiento del servicio y el cumplimiento de los acuerdos sobre el mismo consensuados con IFEMA. El adjudicatario deberá soportar la posible instalación de aplicaciones cliente-servidor, que pudieran ser utilizadas en función de cómo decida implementar IFEMA el acceso por los operadores.

- En todo momento el adjudicatario deberá seguir las instrucciones que IFEMA le solicite respecto de la actualización de las condiciones técnicas de los puestos de trabajo.
- Las estaciones de trabajo y dispositivos que disponga el adjudicatario para la prestación del servicio, deben cumplir con todos los requisitos de seguridad que garanticen que los recursos de IFEMA a los que acceden no sean dañados. Estos requisitos pasan por mantener un antivirus con motor y fichero de firmas actualizado y un nivel de parches de seguridad de sistema operativo actualizado con la última versión que no permitan explotar bugs, vulnerabilidades del sistema e infectarse con virus o malware. Además, deberá tener activo y correctamente configurado un firewall que proteja las estaciones de trabajo.
- El adjudicatario deberá garantizar que dentro de sus instalaciones no se puedan manipular la configuración de los equipos destinados al servicio destinado para IFEMA por personal no autorizado.
- Cuando el usuario abandone su puesto de trabajo, bien temporalmente o bien al finalizar su turno de trabajo, deberá dejarlo en un estado que impida la visualización de los datos protegidos.
- Cada ordenador dispondrá de un protector de pantalla con contraseña que se activará a los diez minutos de inactividad y no estará permitido desactivarlo.
- En el caso de las impresoras, el usuario deberá asegurarse de que no queden documentos impresos en la bandeja de salida que contengan datos protegidos. En las impresoras compartidas con otros usuarios no autorizados para acceder a los datos de los ficheros, los responsables de cada puesto deberán retirar los documentos conforme vayan siendo impresos.
- Cuando los requisitos del contrato lo requieran, el adjudicatario estará obligado a dotar el servicio de los equipos informáticos necesarios para el mejor desarrollo de su función, incluyendo, los equipos (PCs, impresoras, periféricos, etc.), y los programas de software correspondientes, así como los servicios de comunicaciones que se precisen para su conexión a Internet, correo electrónico, y cualesquiera otros que interesen al servicio, asumiendo el adjudicatario los costes que estos originen. Será igualmente responsable de su mantenimiento y copias de seguridad.
- Si el objeto del servicio lo requiere, IFEMA puede proporcionar al adjudicatario dispositivos de acceso seguros, siendo estos dispositivos personales e intransferibles y que deben ser custodiados, responsabilizándose al

adjudicatario de su pérdida o uso indebido por terceras personas. Una vez finalizado el servicio, el adjudicatario deberá devolver dicho dispositivo.

- Si el objeto del servicio lo requiere, IFEMA puede proporcionar software de acceso seguro a los sistemas informáticos, siendo este software de uso personal e intransferible, debiéndose eliminar a la finalización del servicio.