

EXPEDIENTE 1/2025: INFORME JUSTIFICATIVO DE LA NECESIDAD DE CONTRATAR EL SERVICIO DE PUBLICIDAD MEDIANTE AGENCIA DE MEDIOS PARA LA DIFUSIÓN DE LAS ACTUACIONES A DESARROLLAR POR LA EMPRESA MUNICIPAL MÓSTOLES DESARROLLO PROMOCIÓN ECONÓMICA, S.A., DURANTE LOS EJERCICIOS 2025, 2026 Y 2027.

Se emite este informe en cumplimiento del artículo 28 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se transponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014 (LCSP), justificando en el mismo los siguientes aspectos:

1. NECESIDAD E IDONEIDAD DEL CONTRATO.

Que en fecha 24 de enero de 2024 se inició el expediente 3/2024 para la licitación por procedimiento abierto del servicio de publicidad mediante agencia de medios para la difusión de las actividades de la empresa Móstoles Desarrollo Promoción Económica SA7 de marzo de 2024, quedando formalizado el contrato con la empresa adjudicataria en fecha 7 de marzo del 2024, con finalización de los Servicios prestados el próximo 7 de marzo de 2025.

Es por ello, que se hace necesario abordar una nueva licitación para este mismo objeto que comprenda los ejercicios 2025, 2026 y 2027. Teniendo en cuenta que este gasto ya se ha incluido en el Programa Anual de actuación, Inversiones y Financiación, para el ejercicio 2025, establecido por el Real Decreto Legislativo 02/2004, de 05 de marzo, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley Reguladora de las Haciendas Locales, y que se va a incluir partida presupuestaria vinculado al servicio cuya contratación se pretende justificar a través del presente informe para los siguientes ejercicios.

Móstoles Desarrollo Promoción Económica, S.A., es un medio técnico del Ayuntamiento de Móstoles, cuya misión consiste, entre otras, en promover, fomentar e impulsar la actividad económica del municipio, la promoción y reactivación comercial de Móstoles, la realización de actividades de formación para desempleados y para la cualificación de trabajadores otorgándole certificado de profesionalidad en programas de ámbito local, autonómico, estatal y europeo en el marco de las competencias que le sean delegadas al Ayuntamiento de Móstoles por la Comunidad Autónoma, la organización de Eventos, Ferias, Congresos, dentro del Objeto Social y la Promoción del empleo y orientación laboral e intermediación laboral, en particular a aquellos colectivos con especiales dificultades de inserción en el marco de las competencias que le sean delegadas al Ayuntamiento de Móstoles por la Comunidad Autónoma.

Así mismo, tiene reconocido estatutariamente la condición de Medio Propio y Servicio Técnico del Ayuntamiento de Móstoles llevando a cabo los trabajos que le encomiende la Corporación Local referentes a cualquiera de las actividades reflejadas en su objeto social en los términos que para cada uno de ellos se establezca y con las contraprestaciones económicas que proceda en cada caso.

Sentado lo que antecede es procedente que, en ejecución de las actuaciones referidas, las mismas lleguen al conocimiento de la ciudadanía, a través de la difusión de las mismas, mediante los distintos medios de comunicación social, audiovisual, escritos y digitales previa planificación de la estrategia de comunicación; y todo ello para que, tanto a nivel de la oferta formativa gratuita pueda llegar a todos los trabajadores desempleados con el objeto de que puedan tener cumplido conocimiento de las ofertas formativas gratuitas existentes como tanto a nivel de promoción económica, los ciudadanos/as de Móstoles puedan tener conocimiento de las normas y/o eventos que con dicho objeto se puedan organizar desde Móstoles Desarrollo.

Por todo ello, existe la necesidad de contar con un Servicio de Publicidad en Medios de Comunicación, mediante una Agencia de Medios para la ejecución/difusión de todas las actividades que en cumplimiento del objeto social se pretenden llevar a cabo durante los 36 meses de duración de este contrato.

Por todo lo expuesto, y ante la necesidad de que la prestación se realice por profesionales especializados del sector de la comunicación y del marketing publicitario, y ante la insuficiencia de los medios materiales y personales que Móstoles Desarrollo Promoción Económica, S.A. dispone para la realización de los servicios en los términos señalados, se considera justificada la contratación de este servicio.

2. DEPARTAMENTO QUE INICIA EL PROCEDIMIENTO.

Inicia el procedimiento la Gerencia de Móstoles Desarrollo como responsable de coordinar todas las funciones encomendadas. Si bien el seguimiento se llevará por el departamento de Comunicación.

3. OBJETO.

El objeto es la contratación mediante concurso público (Procedimiento Abierto Ordinario) de una Agencia de Medios de Comunicación para la distribución de la publicación de anuncios publicitarios, programas de difusión de las distintas acciones, campañas, programas, agendas y actividades en general de las distintas Áreas de Móstoles Desarrollo (Empresas y Emprendimiento, Formación y Empleo, Eventos) en diferentes medios de comunicación, soportes, empresas y otras entidades de comunicación conforme a lo establecido en los pliegos que se detallarán en el presente expediente.

4. CONDICIONES PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO.

La naturaleza, **objeto** y extensión de las necesidades que pretenden cubrirse con el contrato son las siguientes:

- A.** El servicio objeto de este contrato contempla la planificación, mediación, contratación e inserción de los espacios seleccionados para cada acción o campaña en los diferentes medios de comunicación o soportes, así como el control y seguimiento de la difusión de la publicidad institucional que se determine por la Dirección de Móstoles Desarrollo.
- B.** La adjudicataria será la encargada de negociar con los medios de comunicación el coste de las inserciones, la selección de los espacios más idóneos, y la realización o adaptación del material publicitario, en adelante denominadas "ADAPTACIONES CREATIVAS Y PRODUCCIÓN" conforme a las directrices de la Dirección. Será responsable además de la solicitud y gestión de los permisos necesarios para cualquier publicación o acción.
- C.** La negociación y contratación de espacios en los distintos medios se realizará con criterios de igualdad respecto a sus tarifas oficiales, y repercutiendo a Móstoles Desarrollo, los descuentos especiales obtenidos en cada medio, rechazando cargos especiales aplicados a los anuncios institucionales. En el caso excepcional de que no existan tarifas de referencia, la adjudicataria negociará con el medio, quedando condicionada la inserción de publicidad a la conformidad previa de la Dirección de Móstoles Desarrollo.

Se tendrá en cuenta el resultado final del mix de descuentos propuestos por la adjudicataria,

en los diferentes canales y medios de comunicación propuestos.

- D. Los trabajos para llevar a cabo se realizarán siempre siguiendo las indicaciones de la Dirección de Móstoles Desarrollo.
- E. La Adjudicataria facilitará toda la información necesaria para el adecuado cumplimiento del contrato, incluyendo tarifas, audiencias, perfil y difusión de los medios.
- F. Móstoles Desarrollo facilitará el contenido de los anuncios al adjudicatario que los maquetará y adaptará, para entregar en formatos profesionales, en alta resolución a los medios. El adjudicatario devolverá la maqueta a la Dirección para su aprobación y, con su visto bueno, procederá al envío a los medios en plazo y forma correspondientes.
- G. El Adjudicatario deberá velar por la utilización no sexista de diversos elementos del lenguaje en las publicaciones.
- H. Cuando se estime necesario, Móstoles Desarrollo podrá requerir además a la Adjudicataria la elaboración de planes de medios concretos en función, de los objetivos de comunicación, marcados por la Dirección, del presupuesto y del público objetivo al que se dirija cada campaña, proponiendo los soportes más adecuados en función de criterios de audiencia, coste, adecuación al producto a anunciar, penetración y rentabilidad.
- I. Será la Dirección de Móstoles Desarrollo la que autorice las órdenes de inserción en los diferentes soportes o medios a contratar, las fechas y espacios, con el fin de que la Adjudicataria proceda a su contratación.
- J. La Agencia Adjudicataria realizará el control y seguimiento de cada acción o campaña de publicidad ordenada por la Dirección de Móstoles Desarrollo con el fin de presentar un informe de evaluación tanto de su aparición en los distintos medios como de las audiencias registradas, con los resultados obtenidos a fin de conocer el nivel de acierto de la cobertura, frecuencia y recursos previstos. A tal efecto, las inserciones serán justificadas mediante la aportación de los soportes físicos, (en el caso de los medios impresos) y mediante certificados oficiales de emisión e inserción en el caso de las cadenas de radio, televisión, internet... El alcance y la eficacia de la campaña o acción publicitaria se recogerá mediante la utilización de las fuentes de investigación de audiencia de los distintos medios.
- K. Las condiciones no especificadas, relacionadas con cualquier otro medio de comunicación, empresa de comunicación, espacio publicitario (vallas, tótems, pantallas, cartelería, pancartas autobuses, banderolas, instalaciones fijas o móviles, etc.) o servicio necesario para desarrollar las labores de comunicación, se negociarán y pactarán con la empresa adjudicataria, debiendo estar incluidos en el presupuesto anual objeto de este contrato, y estarán siempre condicionados a la previa aceptación de la Dirección de Móstoles Desarrollo.
- L. A todos los efectos, se entiende que en el importe de las facturas que se presenten, están incluidos todos los gastos que la agencia deba realizar para el cumplimiento de las prestaciones contratadas como son los generales, financieros, seguros, transporte o desplazamientos, honorarios del personal técnico a su cargo, tasas de todas las clases o tributos y cualesquiera otros que pudieran establecerse, sin que, por tanto, puedan ser

repercutidos como partida independiente.

- M.** La Adjudicataria deberá asegurarse de que los medios disponen de todo el material necesario en plazo, formatos y cualquier característica necesaria para llevar a cabo con eficacia las acciones publicitarias encomendadas.
- N.** La empresa adjudicataria deberá elaborar las creatividades necesarias, en función del nº de campañas y acciones, a realizar a lo largo de la duración del contrato.
- O.** La dirección de Móstoles Desarrollo solicitará a la empresa adjudicataria en cada campaña que se realice, la elaboración y creación del material multimedia, así como la labor del diseño gráfico, “adaptaciones creativas”, sin que ello pueda dar lugar al incremento de cantidad alguna por los servicios objeto de este procedimiento. En casos excepcionales en los que la producción del material necesario para la campaña lo requiera, se solicitará por parte de la adjudicataria, un presupuesto extra, para dicha producción. Este presupuesto extra, deberá estar aprobado siempre por la Dirección de Móstoles Desarrollo.
Ejemplo: Rotulación de autobuses, vallas exteriores, tótems, pantallas, etc.
- P.** La Adjudicataria debe actualizar y remitir puntualmente a la Dirección de Móstoles Desarrollo las tablas de audiencias/tiradas de los medios de comunicación con los que prevé la contratación de espacios publicitarios al término de cada oleada/certificación de audiencias oficiales.
- Q.** La adjudicataria pondrá a disposición del contrato el personal necesario con la cualificación técnica adecuada para ello evitando en lo posible introducir variaciones en su composición; facilitará una relación de este y procederá inmediatamente a petición de la Dirección de Móstoles Desarrollo a su ampliación o sustitución, de forma que la ejecución del contrato quede siempre asegurada.
- R.** Desde el Área de Dirección se coordinará la realización de reuniones periódicas para el seguimiento del contrato debiéndose acreditar y justificar. No se atenderán facturas que no reflejen la realidad de dicha dedicación.

5. PLAZO DE EJECUCIÓN.

Se establece un plazo de ejecución del citado servicio de 36 meses de conformidad con la naturaleza del contrato sin posibilidad de prórroga, de conformidad con el artículo 29 de la LCSP.

Dicho plazo comenzará a contar desde el 10 de marzo de 2025, siempre que ha esta fecha se haya producido la formalización y adjudicación del Contrato.

6. JUSTIFICACIÓN DE LOTES.

Atendiendo a la naturaleza del presente contrato, cuyo objeto es un servicio muy específico, determinado y relacionado estrechamente entre sí, esta contratación NO contempla la división en lotes, dado que el fraccionamiento en lotes provocaría la ineficiente realización del servicio

encomendado.

Todo ello de conformidad con lo establecido en el Art. 99.3 b) de la LCSP.

7. PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN Y VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO.

El tipo de presupuesto base de licitación será el precio máximo estimado.

Dado que el importe total del contrato vendrá configurado por el presupuesto máximo de licitación, correspondiente a la realización sucesiva por el adjudicatario de las distintas prestaciones incluidas en el objeto de este, en principio, no resulta posible concretar el número máximo de servicios de forma totalmente fiable.

De acuerdo con lo anterior, Móstoles Desarrollo no se compromete a requerir al contratista la realización de una cantidad determinada de prestaciones, por estar ello subordinado a las necesidades de la Empresa Municipal durante la vigencia del contrato, sin que el adjudicatario pueda exigir peticiones de cantidades determinadas de prestaciones a realizar o de importes mínimos como condición del servicio.

No obstante, todo lo referido, según el importe destinado en el 2025 a este objeto, y valoraciones previstas que se prevén para los ejercicios 2026 y 2027, se estima que el **presupuesto máximo de licitación** considerando un plazo contractual de **36 meses**, asciende a 70.000 euros más IVA al año, es decir un total de **210.000 euros más IVA (44.100euros), 254.100 (IVA incluido).**

A los efectos del cálculo del presupuesto base de licitación del contrato de referencia y con el fin de que se adecue a los precios del mercado de conformidad con lo establecido en el art. 100 de la Ley 9/2017 de Contratos del Sector Público se han tenido en cuenta los costes directos e indirectos y otros eventuales gastos, tal y como queda acreditado en el presente expediente.

8. VALOR ESTIMADO DE LOS SERVICIOS DE INSERCCIÓN DE ANUNCIOS DE REFERENCIA PARA EL ADJUDICATARIO.

Se pone de manifiesto que los valores finales de cada una de las inserciones vendrán determinados por la oferta definitiva de la empresa adjudicataria, pero para establecer el valor estimado de la adjudicación se ha tomado como referencia los **precios máximos por unidad** que a continuación se detallan.

Estos valores serán tomados como referencia por las empresas para el cálculo de las ofertas finales que regirán la adjudicación.

TIPO DE SOPORTE	PRECIO MÁXIMO POR UNIDAD
Offline :Prensa escrita generalista, medios locales y/o autonómicos impresos.	Entre 800 – 1.000 € por página a todo color.
Offline : Radio local y/o autonómica	100€ por cuña. Este importe podría incrementarse, en el caso de que MD solicite y apruebe la inserción de cuñas, en algún programa o franja horaria puntual de máxima audiencia.
Online: Inserción de Banner, u otro tipo de inserciones en medios de comunicación y portales digitales.	Se estima una cantidad de 250 €/mes.
Online: META(Facebook,Instagram) X (Twitter) Linkedin	150€ x campaña 80 € x campaña 1.000€ x campaña. Posibles campañas puntuales, dirigidas fundamentalmente a empresas de la zona.

9. SALARIOS DEL SECTOR.

Los costes indirectos se han calculado conforme a la Resolución de 2 de agosto de 2022, de la Dirección General de Trabajo, por la que se registra y publica el Acta sobre revisión y tablas salariales para los años 2022 a 2025 del Convenio colectivo estatal para las empresas de publicidad.

Se estima que las empresas que quieran optar a la licitación de este contrato deberán contar con el personal técnico cualificado suficiente, para atender las necesidades implícitas recogidas en el mismo, oscilando los salarios en función de su categoría profesional.

Los trabajadores a los que este Convenio se refiere serán clasificados conforme a los grupos que a continuación se describen y atendiendo a las funciones que realizan:

1. Directores. 2. Jefaturas. 3. Personal técnico. 4. Personal administrativo. 5. Personal de oficios y Personal no cualificado. 6. Personal de publicidad directa.

La clasificación del personal que precede es meramente enunciativa, no limitativa, y en modo alguno presupone la obligación de tener provistas las plazas enunciadas cuando la organización de trabajo y las necesidades de la empresa no lo requieran.

10. COSTES INDIRECTOS.

Son todos aquellos que sean necesarios para realizar correctamente el objeto del contrato. Tales como material publicitario, impresoras, programas específicos del sector.

11. DESAGREGACIÓN POR GÉNERO.

En el presente expediente y en el contrato que, en su día se firme, no conllevará la desagregación de costes de personal por géneros.

12. BENEFICIO INDUSTRIAL.

El beneficio industrial en este sector se sitúa en una media del 10%.

13. SUBCONTRATACIÓN.

No serán objeto de subcontratación los servicios de intermediación con los medios de comunicación para insertar publicidad institucional en los diferentes soportes, pero en el caso de que las directrices técnicas de Móstoles Desarrollo no se cumplan en la realización de alguna de las campañas publicitarias incluidas en la oferta de la empresa adjudicataria este servicio sí podrá ser subcontratado.

Las subcontrataciones se harán siempre siguiendo las directrices de la Dirección de Móstoles Desarrollo y con su visto bueno, ateniéndose a las regulaciones establecidas por ley para estas situaciones.

14. REVISIÓN DE PRECIOS.

No procede la revisión de precios durante la duración del contrato de conformidad con lo dispuesto en el artículo 9.2 del Real Decreto 55/2017 de 3 de febrero por el que se desarrolla la Ley 2/2015 de 30 de marzo de desindexación de la economía española.

15. MODIFICACIÓN DEL CONTRATO.

No cabe modificación del contrato, salvo lo dispuesto en artículo 203 y siguientes de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre de Contratos del Sector Público.

16. CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN.

Para la valoración de las proposiciones y la adjudicación en base a la mejor relación calidad-precio se establecerán criterios en todo caso vinculados al objeto del contrato de conformidad con el art. 145 de la Ley de Contratos del Servicio Público.

Los criterios de valoración que servirán de base para la adjudicación del presente contrato se aplicarán sobre un máximo de 100 puntos atendiendo a la siguiente distribución.

TIPO DE CRITERIOS	PUNTUACIÓN MÁXIMA
Criterios evaluables mediante la aplicación de fórmula	60 puntos
Criterios subjetivos	40 puntos

La empresa adjudicataria será aquella que obtenga una mayor puntuación como resultado de la suma de ambos criterios.

Criterios evaluables mediante la aplicación de fórmula:**A) CRITERIOS ECONÓMICOS:**

Los criterios objetivos que se aplicarán en la valoración de las ofertas presentadas serán los siguientes:

- **Comisión de agencia sobre el volumen total de la licitación, hasta 20 puntos.**

En este subapartado se evaluará el precio por la prestación de los servicios requeridos. Será considerada como la oferta más ventajosa aquella que establezca un menor precio, expresado en porcentaje sobre el volumen total de licitación.

A esta oferta se le otorgará la puntuación máxima, mientras que al resto se le asignará la puntuación proporcional respecto a la otorgada a la oferta considerada más ventajosa.

El cálculo se hará aplicando la siguiente fórmula

$$E_i = 20 \times (O_m / O_i).$$

Donde:

E_i = puntuación obtenida por el licitador «i» por oferta a valorar.

O_m = Oferta con menor % de comisión.

Oi= Oferta del licitador «i» a valorar.

En el caso de que la mejor oferta fuera "CERO" de comisión, obtendrá directamente la puntuación de 20 puntos.

- **Descuento en cada tipo de inserción. Hasta 25 puntos.**

Se evaluará en este subapartado, el descuento que se aplicará sobre el precio unitario máximo marcado por Móstoles Desarrollo Promoción Económica, S.A., para cada tipo de soporte y que, a continuación, se detalla.

Serán tomados como referencia por las empresas para el cálculo de las ofertas finales que regirán la adjudicación.

El precio ofertado por la empresa adjudicataria estará vigente durante toda la prestación del contrato.

En el caso de que Móstoles Desarrollo decidiese contratar un espacio publicitario no referido en la relación que se adjunta a continuación, la empresa adjudicataria hará una oferta al Departamento de Comunicación, y será la Dirección de Móstoles Desarrollo quien dará el visto bueno, y autorizará la compra a la Agencia de Medios para la compra de ese espacio publicitario.

TIPO DE SOPORTE	PRECIO MÁXIMO POR UNIDAD
Offline :Prensa escrita generalista, medios locales y/o autonómicos impresos.	Entre 800 – 1.000 € por página a todo color.
Offline : Radio local y/o autonómica	100€ por cuña. Este importe podría incrementarse, en el caso de que MD solicite y apruebe la inserción de cuñas, en algún programa o franja horaria puntual de máxima audiencia.
Online:Inserción de Banner, u otro tipo de inserciones en medios de comunicación y portales digitales.	Se estima una cantidad de 250 €/mes.
Online: META(Facebook,Instagram) X (Twitter) Linkedin	150€ x campaña 80 € x campaña 1.000€ x campaña. Posibles campañas puntuales, dirigidas fundamentalmente a empresas de la zona.

La puntuación, en este subapartado, se distribuirá de la siguiente forma:

- Offline: Prensa escrita generalista, medios locales y/o autonómicos impresos. De 0 a 10 puntos.
- Offline: Radio local y/o autonómica. De 0 a 5 puntos.
- Online: Inserción de Banner, otros tipos de inserciones en medios de comunicación y portales digitales. De 0 a 5 puntos.
- Online: META(Facebook,Instagram), X (Twitter), Linkedin. De 0 a 5 puntos

Para la valoración de este subapartado, se calculará la media ponderada de los descuentos ofertados en cada uno de los formatos por cada empresa, expresado en porcentaje sobre las tarifas oficiales. Se considerará como la oferta más ventajosa la que establezca un mayor descuento por apartado y se le otorgará la puntuación máxima en cada uno de los formatos.

Al resto, se le asignará la puntuación proporcional respecto a la oferta considerada como referente.

El cálculo se hará aplicando la siguiente fórmula:

$$E_i = 25 \times (O_i / O_m).$$

Donde:

E_i = puntuación obtenida por el licitador «i» por oferta a valorar.

O_m = Oferta más alta de las aceptadas.

O_i = Oferta del licitador «i» a valorar.

B) CRITERIOS CUALITATIVOS:

- **Número de “ adaptaciones creativas” ofertadas, por cuenta de la adjudicataria.**
Hasta 10 puntos.

Como mínimo tendrá que ofertar 10, pero tendrá que elaborar las adaptaciones creativas necesarias, en función del nº de campañas a realizar durante la vigencia del contrato.

Para valorar este subapartado, se otorgarán hasta **10 puntos** a la empresa que más nº de creatividades oferte y su propuesta será tomada como referencia para calcular de modo proporcional la puntuación del resto de las ofertas.

El cálculo se hará aplicando la siguiente fórmula:

$$E_i = 10 \times (O_i / O_m)$$

Donde:

E_i = puntuación obtenida por el licitador “i” por oferta a valorar.

O_m = Oferta con mayor número de adaptaciones creativas.

O_i = Oferta del licitador “i” a valorar.

- **Herramientas tecnológicas de medición y control:** Hasta 5 puntos:

La empresa adjudicataria deberá poner a disposición de Móstoles Desarrollo, las herramientas necesarias, para el seguimiento de las acciones de comunicación. La adjudicataria especificará en este pliego, los métodos y soportes empleados para la medición de retornos y coberturas, utilizados para emitir los informes de dichas campañas publicadas, en el período de ejecución del contrato. Tanto en medios offline, como online.

El cálculo se hará aplicando la siguiente fórmula:

$$E_i = 5 \times (O_i / O_m)$$

Donde:

E_i = puntuación obtenida por el licitador “i” por oferta a valorar.

O_m = Oferta con mayor número de adaptaciones creativas.

Oi= Oferta del licitador “i” a valorar.

C) CRITERIOS SUBJETIVOS CUYA VALORACIÓN DEPENDEN DE UN JUICIO DE VALOR.

• **Propuesta de campaña de comunicación hasta 30 puntos.**

Cada empresa deberá desarrollar una estrategia de comunicación para una campaña. Se entiende por estrategia de comunicación el conjunto de acciones planificadas, incluida la compra de espacios en medios de comunicación y demás soportes publicitarios.

La estrategia incluirá una propuesta teórica con la descripción y la explicación razonada de la campaña de comunicación y recogerá además las herramientas utilizadas, los medios y soportes publicitarios seleccionados y el coste de la campaña planteada.

La campaña deberá estar fundamentada en cualesquiera de las actuaciones recogidas en el Objeto Social de Móstoles Desarrollo Promoción Económica (Art. 02 de los Estatutos de la Empresas Municipal) <https://www.mostolesdesarrollo.es/archivos/estatutos-sociales-1.pdf>.

Hasta 30 puntos.

- Objetivo: Lanzar una campaña sobre las actuaciones que sustentan y giran las actividades de Móstoles Desarrollo.
- Presupuesto: Máximo de inversión en esta campaña 10.000 euros.
- Difusión: Ambito local. Móstoles y Polígonos industriales de la zona.
Se valorarán los siguientes aspectos:
 1. Análisis técnico. Justificación de la estrategia.
 2. Originalidad de la campaña.
 3. Soportes y formatos propuestos.

La valoración de la propuesta (**hasta 30 puntos**) se hará atendiendo a criterios como el análisis técnico que justifique la estrategia (**hasta 10 puntos**), la originalidad de la campaña (**hasta 12 puntos**) y los soportes y formatos propuestos (**hasta 8 puntos**).

La campaña debe tener en cuenta la no utilización del lenguaje sexista y no discriminatorio a ningún colectivo. En caso de no respetarlo, se penalizará restando 15 puntos a la puntuación obtenida en este subapartado.

- **Experiencia y solvencia. Aportación de datos objetivos contrastables en instituciones públicas y privadas. Hasta 10 puntos.**

Las empresas que opten a esta licitación deberán presentar una memoria explicativa que contenga:

- Experiencia de comunicación y contratación de medios, para instituciones públicas similares. Con que instituciones públicas trabajan.
- Experiencia de comunicación y contratación de medios para empresas privadas.

Con que empresas privadas trabajan.

Las propuestas deberán presentarse según las siguientes características:

- **Máximo de hojas:** 30.
- **Tipo de Papel:** Din A-4.
- **Márgenes:** mínimo de 2cm. Para los márgenes inferiores y superiores y 2,5 cm para los laterales.
- **Tipología de letra:** Arial, tamaño 11 puntos.

La no presentación de los documentos en este formato supondrá, **una penalización de 1 punto** al candidato.

CUADRO RESUMEN DE LOS CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN.

APARTADO	PUNTUACIÓN MÁXIMA
1. Comisión de agencia sobre el volumen total de la licitación, expresada en %	Hasta 20 puntos
2. Descuento sobre tarifas marcadas por Móstoles Desarrollo	Hasta 25 puntos
Offline :Prensa escrita generalista, medios locales y/o autonómicos impresos.	Hasta 10 puntos
Offline : Radio local y/o autonómica	Hasta 5 puntos
Online: Inserción de Banner, u otro tipo de inserciones en medios de comunicación y portales digitales.	Hasta 5 puntos
Online: META(Facebook,Instagram), X (Twitter), Linkedin.	Hasta 5 puntos
3. Número de creatividades ofertadas durante vigencia contrato	Hasta 10 puntos
Como mínimo 10 adaptaciones creativas durante la duración del contrato por cuenta de la adjudicataria.	Hasta 10 puntos
4. Herramientas de seguimiento	Hasta 5 puntos
La adjudicataria especificará en este pliego, los métodos y soportes empleados para la medición de retornos y coberturas, utilizados para emitir los informes de dichas campañas publicadas, en el período de ejecución del contrato. Tanto en medios offline, como online.	Hasta 5 puntos
5. Propuesta de campaña de Comunicación	Hasta 30 puntos
<u>La campaña fundamentada en cualesquiera de las actuaciones recogidas en el Objeto Social de Móstoles Desarrollo Promoción Económica, S.A. (Art. 02 de los Estatutos)</u> https://www.mostolesdesarrollo.es/archivos/estatutos-sociales-1.pdf . 1. Análisis técnico que justifique la estrategia. 2. Originalidad de la campana. 3. Soportes y formatos propuestos.	1. hasta 10 puntos 2. hasta 12 puntos 3. hasta 8 puntos
6. Experiencia y Solvencia	Hasta 10 puntos
Experiencia en comunicación y contratación de medios publicitarios, para instituciones públicas similares.	
Experiencia en comunicación y contratación de medios publicitarios para empresas privadas,	
TOTAL	Hasta 100 puntos

Los licitadores deberán tener en cuenta a la hora de presentar sus ofertas que la duración del contrato será de 36 meses.

17. PROCEDIMIENTO APLICABLE.

En cumplimiento de lo establecido en el artículo 116.4, apartado a), de la LCSP, el procedimiento abierto se justifica para permitir a todo empresario capacitado la presentación de proposiciones, quedando excluida toda negociación de los términos del contrato con el licitador.

18. ORGANO DE CONTRATACIÓN.

Será la Consejera Delegada en virtud de la delegación de facultades del Consejo de Administración

Móstoles, a 8 de enero de 2025.

GERENTE MÓSTOLES DESARROLLO PROMOCIÓN ECONÓMICA, S.A.
D. Fernando Sánchez