

**CONDICIONES PARTICULARES QUE HAN DE REGIR PARA LA
CONTRATACIÓN DE CAMPAÑA DE PROMOCION DE LA MARCA SABOREANDO
ASTURIAS DENTRO DEL PLAN DE COMPETITIVIDAD DE TURISMO GASTRONOMICO
DE ASTURIAS**

1.- OBJETO

Es objeto de las presentes condiciones la contratación de una campaña publicitaria para potenciar Asturias como destino gastronómico y los distintos productos turísticos diseñados dentro del Plan de Competitividad Turística del Turismo Gastronómico de Asturias, con especial referencia a las experiencias turístico-gastronómicas.

La campaña publicitaria se centrará en las comunidades de País Vasco, Galicia, Castilla-León y Madrid, como principales destinos emisores del turismo nacional asturiano.

Las acciones de marketing no convencional incluirán actuaciones innovadoras desde el punto de vista de marketing y que podrán ser dirigidas tanto al público final, sectores específicos y otras actuaciones como viajes de conocimiento, fam- press...

2.- ÁMBITO DEL SERVICIO

El contrato se enmarca dentro de las actuaciones programadas y aprobadas por la Comisión de Seguimiento en reuniones del 30 de Marzo y 27 de septiembre de 2012 dentro del Plan de Competitividad Turística del Turismo Gastronómico de Asturias, en cumplimiento del Convenio de Colaboración suscrito entre el Instituto de Turismo de España (Turespaña), la Consejería de Cultura y Turismo del Principado de Asturias, la Federación Asturiana de Concejos, las Cámaras de Comercio de Oviedo, Gijón y Avilés y la Federación Asturiana de Empresarios.

Diseñar y ejecutar una campaña de medios, incluida la creatividad, que permita atraer turistas de las CC.AA. referenciadas en el objeto sobre la premisa de la propuesta gastronómica principalmente focalizados en fines de semana, fiestas y puentes, incentivando las escapadas en temporada media- baja, tratando de contribuir a la desestacionalización del sector turístico asturiano.

Incluir en dicha campaña acciones de marketing no convencional, entendidas estas como actuaciones innovadoras desde el punto de vista de marketing.

3.- NATURALEZA Y REGIMEN JURÍDICO

Contrato de servicios, de naturaleza privada, de conformidad con lo previsto en los Artículo 10 y 20 del Real Decreto Legislativo 3/2011, de 14 de noviembre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de Contratos del Sector Público (en adelante TRLCSP), y se adjudicará conforme a lo dispuesto en esa norma, las instrucciones internas de contratación

de la F.A.CC., y las estipulaciones establecidas en el presente documento que reviste carácter contractual y que será firmado por quien resulte adjudicatario al formalizar el contrato.

Corresponde al Presidente de la Federación Asturiana de Concejos, como órgano de contratación de la Entidad, la prerrogativa de interpretar el contrato, resolver las dudas que ofrezca su cumplimiento, modificarlo por razón de interés público o acordar su resolución dentro de los límites y con sujeción a los requisitos y efectos señalados en la normativa sobre contratación pública. Estas facultades se entienden sin perjuicio de la obligada audiencia al contratista y de la responsabilidad e indemnizaciones a que hubiere lugar.

En cuanto a la preparación, adjudicación, efectos y extinción del presente contrato, quien resulte adjudicatario se somete, en lo no recogido en este documento, a los preceptos del Real Decreto Legislativo 3/2011, de 14 de noviembre y al Real Decreto 1098/2001 de 12 de Octubre por el que se aprueba el Reglamento General de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas.

4.- PLAZO DE EJECUCIÓN

El plazo de ejecución se adecuará a las instrucciones que al efecto vaya emitiendo el órgano de contratación para la realización de los distintos trabajos, y a la memoria de trabajo presentada por la empresa adjudicataria.

5.- PRESUPUESTO

El presupuesto del contrato queda fijado en 107.438,78€, cantidad que incluye el Impuesto sobre el Valor añadido. En dicha cantidad la referida a acciones de marketing no convencional no podrán superar los 20.000,00 €, IVA incluido.

El importe se abonará con cargo a la cuenta de gasto 627 del Presupuesto de la F.A.CC.

6.- VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO

El valor estimado del contrato queda fijado en 88.792,38€, más el 21% en concepto de IVA que asciende a 18.646,40€.

7.- PAGOS

El adjudicatario emitirá factura que presentará en el Registro General de la F.A.CC. y será tramitadas y conformadas por los Servicios técnicos de la Entidad.

Su abono se realizará mediante transferencia bancaria en la cuenta que el adjudicatario fije al efecto.

8.-GARANTIAS

Conforme lo dispuesto en las normas internas de contratación de la Federación Asturiana de Concejos no se exigirá a los licitadores ningún tipo de garantía, ni para mantener sus ofertas hasta la adjudicación, ni tampoco para asegurar la correcta ejecución del contrato.

9.-MODIFICACIÓN DEL CONTRATO

Si fuera necesario introducir alguna modificación de tipo técnico en las tareas objeto del contrato para que surtan efectos, deberán formalizarse en los mismos términos que el contrato inicial.

Perfeccionado el contrato, el órgano de contratación de la Federación Asturiana de Concejos podrá acordar, a tenor del artículo 219 del TRLCSP, introducir modificaciones por razones de interés público o para atender a causas imprevistas, justificando debidamente su necesidad en el expediente y siempre que concurra alguna de las circunstancias previstas en el artículo 107 del Texto Refundido de la Ley de Contratos del Sector Público.

Igualmente se podrá acordar la suspensión del contrato conforme lo dispuesto en el artículo 216 del TRLCSP.

10.-OBLIGACIONES Y RESPONSABILIDADES DEL ADJUDICATARIO DEL CONTRATO

Los trabajos a desarrollar por el adjudicatario se prestarán en la forma indicada en este documento, empleando para ello los medios personales y materiales adecuados.

Asume igualmente las siguientes obligaciones:

1. Ejecutar las prestaciones objeto del mismo.
2. El contrato se ejecutará a su riesgo y ventura, con sujeción a su clausulado y de acuerdo con las instrucciones que para su interpretación diere al contratista la Entidad ejecutora.
3. El adjudicatario responderá de la calidad técnica de los trabajos que proponga y de las prestaciones y servicios realizados, así como de las consecuencias que se produzcan para la F.A.CC. o para terceros por las omisiones, errores, métodos inadecuados, o conclusiones incorrectas en la ejecución del contrato.
4. Será asimismo su obligación indemnizar todos los daños y perjuicios que se causen a terceros como consecuencia de las operaciones que requiere la ejecución del contrato. A tal efecto, deberá suscribir un contrato de seguro de responsabilidad civil. También responderá por las omisiones e infracciones de preceptos legales o reglamentarios que le sean imputables
5. Durante la ejecución del contrato el adjudicatario facilitará por escrito a la Federación Asturiana de Concejos cuanta información y documentación pudieran solicitar para poder realizar correctamente un seguimiento del Proyecto.

6. El adjudicatario guardará sigilo respecto a los datos o antecedentes que, no siendo públicos o notorios, estén relacionados con el objeto del contrato y hayan llegado a su conocimiento con ocasión del mismo así como sobre los datos de terceros a que pudiera tener acceso por razón de la prestación siendo responsable único de los ilícitos en que pudiera incurrir con ocasión del conocimiento y gestión de tales datos. A tal efecto, el adjudicatario suscribirá con la F.A.CC. el correspondiente contrato de confidencialidad.
7. Asimismo los recursos humanos encargados de la ejecución guardarán secreto profesional sobre todas las informaciones, documentos y asuntos a los que tenga acceso o conocimiento durante la vigencia del presente contrato, y específicamente no podrá darse información de las tareas y actuaciones realizadas en el cumplimiento del Convenio sin la autorización y permiso de la Comisión de Seguimiento y de la F.A.CC., debiendo en todo caso dar cumplimiento a lo establecido en la Ley 15/1.999, de 13 de diciembre de Protección de Datos de Carácter Personal y su normativa de desarrollo.
8. Se compromete, además de los contactos continuos derivados del quehacer diario a que se hace referencia, a enviar los resúmenes que la Gerencia del PCTG le requiera. Para ello designará un interlocutor para su relación con la F.A.CC.

Al finalizar el contrato, cualquiera que sea su causa, la F.A.CC. en ningún caso se subrogará en las relaciones de empleo con el contratista, ni con el personal de éste que vinieran prestado sus servicios para la Federación Asturiana de Concejos ya que la titularidad de dicha relación laboral viene determinada por el principio de dependencia respecto de un determinado empleador, por lo que este personal continuará adscrito a la empresa que lo contrató.

11.-PROCEDIMIENTO DE ADJUDICACIÓN

La licitación se realizará mediante el procedimiento negociado con publicidad y tramitación urgente conforme los criterios y ponderaciones establecidas en este documento.

12.-PLAZO DE PRESENTACIÓN DE PROPOSICIONES

La presentación de candidaturas conlleva la aceptación incondicionada a este documento.

El plazo para la presentación de proposiciones finaliza a las 12.00 h., del día 20 de Noviembre de 2012.

Las candidaturas se presentarán en el Registro de la de la Federación Asturiana de Concejos de lunes a viernes, en horario de 10,00 h a 14,00 horas, en un sobre que, a su vez, incluirá otros tres cerrados y firmados, con el título “A” - “B”- “C”

También se podrán realizar las proposiciones por correo certificado, en cuyo caso el envío se ajustará a lo establecido en el Artículo 80 del Real Decreto 1098/2001 de 12 de Octubre por

el que se aprueba el Reglamento General de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas.

13.-CONDICIÓN DE QUIENES CONCURRAN A LA LICITACIÓN

Se estará a lo dispuesto en el artículo 54 y siguientes del Real Decreto Legislativo 3/2011, de 14 de noviembre, en cuanto a la capacidad necesaria para la realización de los trabajos objeto del contrato, pudiendo concurrir a esta licitación las personas naturales o jurídicas, españolas o extranjeras, que tengan plena capacidad de obrar y acrediten su solvencia económica, financiera y técnica o profesional en los términos establecidos por este documento y no estén comprendidas en alguno de los supuestos de prohibición señalados en el Artículo 60 del citado Real Decreto.

En el caso de las personas jurídicas, se requiere que los fines señalados en sus Estatutos, reglas fundacionales u objeto social, tengan relación directa con el objeto del contrato. Si fuera un profesional autónomo, que su profesión sea compatible con el objeto del contrato.

14.-CONTENIDO DE LAS PROPOSICIONES

Las proposiciones para tomar parte en la licitación se dirigirán al Presidente de la F.A.CC. y se presentarán en un sobre, dentro del cual se incluirán otros 3 cerrados, y firmados, con las letras "A" - "B"- "C" .

El sobre principal llevará en el exterior la siguiente leyenda:

"Proposición para tomar parte en la licitación mediante procedimiento negociado con publicidad y tramitación urgente para la contratación de Campaña de Promoción de la Marca Saboreando Asturias dentro del Plan de Competitividad Turística de Turismo Gastronómico de Asturias."

SOBRE "A".- DOCUMENTACIÓN ACREDITATIVA DE LA PERSONALIDAD Y CARACTERÍSTICAS DEL CONTRATISTA

- A) Documento Nacional de Identidad de la persona firmante de la proposición.
- B) Certificación expedida por cualesquier Registro Oficial de licitadores y Empresas Clasificadas, según disponen los Artículos 83 y 84 del Real Decreto Legislativo. A la certificación se acompañará una declaración responsable formulada por quien se presente a la licitación donde expresamente manifieste que las circunstancias que en ella figuran no han experimentado variación. Las uniones temporales de empresas podrán igualmente presentar cada una de ellas la certificación. La certificación podrá sustituirse por los siguientes documentos:

- Si quien presenta la proposición es una persona jurídica, deberá acompañar, el CIF de la empresa y, además la Escritura o documento de constitución, los Estatutos o el acto fundacional, en los que consten las normas por las que se regula su actividad, debidamente inscritos en el Registro público que corresponda.
- Si fuera un profesional autónomo que su profesión sea compatible con el objeto del contrato.

Quienes comparezcan o firmen proposiciones en nombre de otra persona presentarán escritura de poder original con una copia, que será autenticada por la F.A.CC.

Declaración responsable de no estar incurso en ninguna de las prohibiciones prohibición para contratar recogidas en el Artículo 60 y 73 del TRLCSP.

C) Facilitar un teléfono y una dirección de correo electrónico donde efectuar las comunicaciones.

En cuanto a la capacidad de obrar de quien concurra a la licitación que sea nacional de un Estado de la Unión Europea se estará a lo dispuesto Artículo 72 apartados 2 y 3 del TRLCSP

En el caso de que dos o más empresas acudan a la licitación constituyendo una unión temporal será preciso que cumplan los requisitos del Artículo 59 del citado texto, debiendo cada una de ellas acreditar su personalidad en la forma antes indicada.

La documentación acreditativa de la personalidad y características del contratista, se presentará en castellano y encuadrada con su título en el exterior.

SOLVENCIA ECONÓMICA Y FINANCIERA

Conforme lo dispuesto en el Artículo 75 del TRLCSP, la solvencia económica y financiera de los licitadores se acreditará mediante la presentación de alguno de los siguientes documentos:

- Declaraciones apropiadas de entidades financieras.
- Justificante de la existencia de un seguro de indemnización por riesgos profesionales.

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

SOLVENCIA TÉCNICA Y PROFESIONAL:

Se justificará con una relación de los principales trabajos realizados durante los últimos tres años, de naturaleza análoga al objeto del contrato y que incluirán: importes, fechas y el destinatario de los mismos, ya sean públicos o privados. Deberá presentarse certificación

original expedida por el órgano competente cuando el destinatario sea una entidad perteneciente al sector público y por el empresario, si es un sujeto privado.

Asimismo aportará relación de recursos humanos y técnicos disponibles para la correcta ejecución de la propuesta, especificando el equipo de trabajo que destinará al proyecto.

La Mesa de contratación tendrá en cuenta la experiencia exclusivamente en proyectos vinculados a promoción del turismo, productos turísticos, paquetes turísticos, gastronomía y turismo experiencial.

Conforme lo dispuesto en el Artículo 63 del TRLCSP se podrá acreditar la solvencia con medios externos siempre que demuestre que, para la ejecución del contrato dispone efectivamente de esos medios.

Para facilitar los trabajos a desarrollar por la Mesa de Contratación, la solvencia económica y financiera y la solvencia técnica y profesional se presentarán encuadradas, en castellano, con un índice que relacione su contenido, de acuerdo con el mismo orden que figura en este documento.

SOBRE “B”.- PROPUESTA TÉCNICA

La propuesta deberá constar de los siguientes apartados correlativos:

1. Diseño y producción de creatividad.

Para el desarrollo de la campaña será preciso definir una línea creativa de mensaje+imagen, que se plasmará en el diseño de los distintos soportes a utilizar: faldones, anuncios, banners, vallas, etc. cuya cuantía estará incluida en la propuesta. La empresa tendrá en cuenta la imagen y el logo principal del proyecto “Saboreando Asturias”.

Corresponderá a la empresa adjudicataria gestionar la compra de derechos y demás permisos necesarios para la producción de la creatividad, debiendo tener en cuenta la normativa sobre publicidad de bebidas alcohólicas.

La propuesta deberá incluir también las adaptaciones o copias necesarias para su aplicación en el plan de medios propuesto.

La propiedad intelectual de la creatividad y los diferentes productos finales, así como de todos los elementos que lo componen (documentos, fotografías en alta resolución, diseño, elementos gráficos y audio-visuales etc.), es en exclusiva de la Federación Asturiana de Concejos que lo destinará al Plan de Competitividad Turística del Turismo Gastronómico de Asturias pudiendo usarlo, actualizarlo, cederlo o transmitirlo en cualquier momento.

2. Estudio de mercado potencial

La propuesta deberá estar apoyada argumentalmente en un estudio de mercado de público objetivo potencial para productos de turismo gastronómico en las citadas comunidades de País Vasco, Galicia, Madrid y Castilla-León (principalmente León y Valladolid).

3. Plan de Medios (Selección de soportes)

En atención a la diversidad de posibles soportes publicitarios, el presupuesto existente y la duración de la campaña, la propuesta deberá definir y justificar los soportes estratégicamente más interesantes para la campaña, teniendo en cuenta los siguientes soportes, u otros que pueda proponer la empresa:

- Prensa escrita.
- Suplementos de diarios (de viajes, ocio, información general, otros).
- Revistas especializadas en el ámbito del contrato.
Las inserciones en suplementos, revistas..., deberán ir siempre acompañadas de información turística sobre el Plan de Competitividad Turística de Turismo Gastronómico de Asturias y su oferta, en formato de reportajes, artículos..., favoreciendo la creación de contenidos de calidad. Asimismo se valorará la capacidad, justificada, de generar repercusión mediante la difusión de información relativa a dicho Plan, así como la inserción en diarios gratuitos.
- Programas de radio de los mercados objetivos de la campaña. Las acciones priorizarán la sponsorización de programas de radio en los que se incluyan reportajes con las propuestas y productos de "Saboreando Asturias".
- Publicidad estática.
- Internet: anuncios tipo banner y publicidad tipo SEM (adwords y/o similares), inserciones en portales generalistas, portales de viajes...
Se generarán contenidos que enriquezcan las inserciones publicitarias, apoyadas por un reportaje o promocionando una oferta concreta.
- Otras propuestas y soportes.

El Plan de Medios contemplará cronograma detallado, número de oleadas y su duración, ámbito, soportes elegidos y número de inserciones.

Corresponde al contratista la elaboración y generación de los contenidos, así como la obtención de todas las autorizaciones y licencias, tanto oficiales como particulares que se requieran para la ejecución del contrato.

El adjudicatario deberá adaptar las creatividades para cada inserción y acción promocional específica prevista, corriendo a su cargo los posibles costes de envío y transporte.

La propiedad intelectual de la creatividad y los diferentes productos finales, así como de todos los elementos que lo componen (documentos, fotografías en alta resolución, diseño, elementos gráficos y audio-visuales etc.), es en exclusiva de la Federación Asturiana de Concejos que lo destinará al Plan de Competitividad Turística del Turismo Gastronómico de Asturias pudiendo usarlo, actualizarlo, cederlo o transmitirlo en cualquier momento.

Únicamente se valorará el número de GRP'S (**Gross Rating Point**: suma de porcentajes de audiencia alcanzada por un medio o conjunto de medios) que se contemple con el plan de medios propuestos por cada licitador. La fuente de valoración de los GRP'S será el EGM (Estudio General de Medios) en referencia al último publicado en el momento de la publicación de estas condiciones.

En el caso de acciones on- line, los licitadores aportarán información detallada acerca de los medios/ soportes propuestos (estadísticas de visitas y/ o suscriptores, número de impresiones, visibilidad...), que permita evaluar la idoneidad de los mismos. Además, deberán argumentar la elección de cada uno de los medios en función de los datos aportados.

Los licitadores deberán detallar en sus ofertas el precio por todas y cada una de las inserciones en cada soporte incluidas en el plan de medios propuesto.

4. Acciones de marketing no convencional.

La empresa deberá proponer una o varias acciones de marketing no convencional, dirigidas tanto al público final, sectores específicos y otras actuaciones como viajes de conocimiento, fam- press... Justificará para ello técnicamente la propuesta, su impacto y repercusión. Asimismo en el coste destinado a esta acción se incluirán el desarrollo completo de la/ s actuación/ es propuestas, la creatividad y cualquier elemento necesario para su desarrollo, detallando tanto los destinatarios o participantes como el impacto esperado de cada uno de ellos.

5. Mejoras.

La empresa podrá proponer mejoras que habrán de ser cuantificables y se han de presentar valoradas económicamente.

Estas mejoras complementarias al plan de medios no supondrán coste alguno para el Plan de Competitividad Turística de Turismo Gastronómico de Asturias.

La propuesta en su conjunto tendrá una **extensión máxima de 20 folios**, tamaño DIN-A4 a una cara, Verdana 10, interlineado de 1,5 y color negro. Se presentará encuadrada y redactada en castellano.

La propuesta destinará, para la campaña de medios, un máximo de 87.438,78€ (IVA incluido) y 20.000,00€ como máximo para la/ s acción/ es de marketing no convencional.

Asimismo, por lo que respecta a la campaña de medios, ésta deberá destinar a medios on- line el 60% del presupuesto y a medios convencionales el 40%. No obstante la empresa podrá variar como máximo en un 10% dichos porcentajes, siempre que lo justifique en su Estudio de Mercado y selección de soportes.

Se establecen como mercados prioritarios los siguientes:

- Madrid: se destinará el 50% de la inversión global de la campaña a este mercado.
- Castilla y León: se destinará el 15% de la inversión global de la campaña a este mercado.
- País Vasco: se destinará el 20% de la inversión global de la campaña a este mercado.
- Galicia: se destinará el 15% de la inversión global de la campaña a este mercado.

La empresa podrá variar en un porcentaje máximo del 5% dichos porcentajes, siempre que lo justifique en su Estudio de Mercado y selección de soportes.

La propuesta puede tener en consideración todos los medios o seleccionar aquellos que estratégicamente pueden aportar mejores resultados, justificando adecuadamente los motivos por los que se seleccionan unos y se descartan otros.

Corresponderá al adjudicatario gestionar la compra de espacios y el envío de materiales, así como la obtención y abono de todas las autorizaciones y licencias, tanto oficiales como particulares, que se requieran para la ejecución del servicio, tanto de la campaña de medios como de la/ s acción/ es de marketing no convencional.

Durante la realización de los trabajos objeto del contrato, se podrán efectuar por parte de la Gerencia del Plan de Competitividad Turística de Turismo Gastronómico, cuantas sugerencias y modificaciones se consideren necesarias para el buen fin de la campaña de promoción.

Selección táctica:

Ante la inminencia de la temporada de invierno, la campaña debe justificar su distribución temporal atendiendo a dos variables:

- La temporal: justificando el reparto durante la campaña.
- La estratégica: coordinando esfuerzos con las acciones promocionales que se lleven a cabo del destino Asturias y, en especial, las previstas por la Sociedad Regional de Turismo para evitar duplicidades y superposiciones.

Estimación de impactos/ resultados

En base a los medios y soportes seleccionados y los momentos definidos para cada actuación se hará una estimación de impactos y resultados medibles para evaluar la efectividad de la campaña.

Asimismo, a la finalización de la misma, la empresa entregará un informe detallado de las inserciones realizadas en los diferentes soportes, valoración general de dicha campaña y del posicionamiento de la marca “Saboreando Asturias”, así como propuestas de mejora y actuaciones futuras de promoción vistos los resultados de esta campaña.

Cuadro resumen

La empresa facilitará un cuadro- resumen con las distintas acciones previstas, coste individual de cada acción y coste total, reflejando dichos apartados tanto por comunidad autónoma como la suma global, así como los impactos previstos en cada uno de ellos.

SOBRE “C”.- OFERTA ECONÓMICA

La oferta económica se ajustará al siguiente modelo

“D./D^a (nombre), provisto de DNI n° (n° DNI), con domicilio en (domicilio), actuando en nombre y representación de....., se compromete a realizar el contrato servicios de la **CAMPAÑA DE PROMOCION DE LA MARCA SABOREANDO ASTURIAS DENTRO DEL PLAN DE COMPETITIVIDAD DE TURISMO GASTRONOMICO DE ASTURIAS**, con sujeción a sus condiciones y requisitos y demás normas aplicables cuyo contenido declaro conocer plenamente y que asumo en su totalidad, por el precio de (cifra) euros, (letra) euros, IVA excluido.

En (lugar), a (fecha)

(Firma).”

Quien concurra a la licitación solo podrá presentar una proposición por empresa o persona y no podrá suscribir ninguna propuesta de unión temporal si lo ha hecho ya de manera individual.

Toda la documentación podrán ser originales o copias que, en este caso, serán cotejadas por la persona responsable del Registro de la Federación Asturiana de Concejos.

15.- MESA DE CONTRATACIÓN

Las proposiciones serán valoradas por una Mesa de Contratación compuesta por:

Presidencia: Presidente de la F.A.CC..

Vocales: Secretaria General Técnica de la F.A.CC..

La persona responsable del Departamento económico de la F.A.CC..

La persona responsable del Departamento Proyectos.

Un/ a técnico/ a del Departamento de Proyectos.

Secretaría: Gerente del Plan.

Conforme lo dispuesto en la Ley 30/1992 de 26 de Noviembre de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, los miembros de la Mesa de Contratación podrán ser sustituidos

A tenor de la Cláusula 8.4 e) del Convenio suscrito para el desarrollo del Plan de Competitividad Turística de Turismo Gastronómico de Asturias, los miembros de la Comisión de Seguimiento, podrán actuar como Asesores del órgano de contratación.

A las 09.30 h., del día 22 de Noviembre de 2012, la Mesa de Contratación procederá en el domicilio social de la F.A.CC. y en acto público a la apertura del Sobre "B" y a la lectura de las diferentes ofertas presentadas. Una vez realizada la lectura se dará la opción a los licitadores para que mejoren los aspectos de su oferta que consideren oportunos a la vista del resto de ofertas.

La apertura del Sobre "C" tendrá lugar en la sede administrativa de la F.A.CC. el día 22 de Noviembre de 2012. La hora se informará en la web de la F.A.CC.: www.F.A.CC..info

Si durante la apertura posterior del Sobre "A" se observasen defectos materiales en la documentación presentada, se concederá un plazo no superior a dos días para la subsanación. La notificación se efectuará telefónicamente y por correo electrónico dejando constancia en el expediente.

La propuesta de adjudicación por parte de la Mesa de Contratación no crea derecho alguno frente a la F.A.CC., mientras no se haya formalizado el contrato.

16.-VALORACIÓN DE LAS OFERTAS

La puntuación máxima de los tres criterios es de 100 puntos y la selección se efectuará atendiendo a las siguientes ponderaciones:

PROPUESTA: Máximo 75 puntos

La valoración se realizará conforme a las siguientes puntuaciones:

- 10 puntos máximo al contenido del apartado "Diseño y producción de creatividad".
- 5 puntos máximo al contenido del apartado "Estudio de Mercado".
- 50 puntos máximo al contenido del apartado "Plan de Medios".
- 10 puntos máximo al contenido del apartado "Acciones de marketing no convencional".

PRECIO: Máximo 10 puntos

Se adjudicarán 20 puntos a la mayor baja respecto del precio de licitación y 0 puntos a las ofertas coincidentes con él, prorrateándose linealmente el resto.

MEJORAS: Máximo 15 puntos.

17.-ADJUDICACIÓN

La propuesta de adjudicación del contrato se hará a la oferta que, en su conjunto, se considere más ventajosa, notificándose al mejor licitador por correo electrónico, como máximo dentro de los dos días siguientes a su formulación.

Recibida la notificación, la persona natural o jurídica deberá presentar, en un plazo máximo 2 días hábiles, el Certificado de estar al corriente con sus Obligaciones Tributarias y para con la Seguridad Social así como cualesquiera otros documentos acreditativos de su aptitud para contratar o de la efectiva disposición de los medios que se hubiesen comprometido a dedicar o adscribir a la ejecución del contrato conforme al artículo 64 del TRLCSP.

Entregada la documentación del apartado anterior, se procederá a la adjudicación del contrato que se notificará por correo electrónico a todos los licitadores.

La Federación Asturiana de Concejos se reserva la facultad de solicitar en cualquier momento, antes o después de la adjudicación, o durante el desarrollo del contrato, cualquier otra documentación complementaria, en orden a la comprobación de cuantos datos haya ofrecido la empresa adjudicataria.

18.-FORMALIZACIÓN

El adjudicatario del contrato quedara obligado a suscribir, en el plazo máximo de 3 días hábiles, a contar desde el siguiente al de la notificación de la adjudicación, el correspondiente documento de formalización, que se ajustará en todo caso al contenido de este documento que se considerara parte integrante del mismo, constituyendo ambos título suficiente para acceder a cualquier registro público.

Cuando por causas imputables a la candidatura adjudicataria no se hubiese formalizado el contrato dentro del plazo indicado, la F.A.CC. podrá acordar la adjudicación en la siguiente mejor oferta, previo cumplimiento del trámite de requerimiento de documentación señalada más arriba.

En el caso de una UTE con anterioridad a la formalización del contrato deberá constituirse formalmente en escritura pública.

19.-EJECUCIÓN DEFECTUOSA, DEMORA E INDEMNIZACIÓN

La ejecución del contrato se realizará a riesgo y ventura del contratista conforme lo establecido en el clausulado de este documento y conforme a las indicaciones que para su interpretación diere el órgano de contratación.

En el caso de ejecución defectuosa se acudirá a lo dispuesto en el Artículo 305 y siguientes del TRLCSP.

20-GASTOS

El contrato podrá formalizarse en escritura pública cuando así lo solicite la persona natural o jurídica adjudicataria, siendo a su cargo los gastos derivados del otorgamiento.

21-EXTINCIÓN DEL CONTRATO

A la finalización del contrato, desde la Federación Asturiana de Concejos, se emitirá informe favorable relativo al cumplimiento, o requerimiento, en caso de incumplimiento, o incumplimiento defectuoso.

En el primer caso, se considerará extinguido el contrato por cumplimiento del mismo. En caso de que se curse requerimiento, éste se hará por escrito notificando de las deficiencias observadas y el plazo para su subsanación. En el caso de que no proceda la subsanación, podrá resolverse el contrato conforme a los términos previstos en la cláusula siguiente.

22-RESOLUCIÓN DEL CONTRATO

El contrato podrá resolverse por alguna de las causas previstas en los Artículos 223 y 308 del TRLCSP, y además por:

- a) Denuncia del Convenio por cualesquiera de la Instituciones que lo han suscrito ya que es el marco legal para la ejecución del Plan de Competitividad de Turismo Gastronómico del Principado de Asturias y en consecuencia el marco para la ejecución de este contrato.
- b) La falta o dejadez injustificada en los servicios encomendados a la adjudicataria así como la sustitución, sin causa justificada y sin previa comunicación por escrito al órgano de contratación, de la persona designada al frente del contrato como interlocutor con la F.A.CC.
- c) Abandono en la prestación del servicio.
- d) Por la manifiesta incapacidad o negligencia técnica de quien resulte adjudicataria del contrato

23.-CONFIDENCIALIDAD

A tenor del Artículo 153 del RDL 3/20011 de 14 de Noviembre, la Federación Asturiana de Concejos se compromete a no divulgar la información facilitada por los empresarios que éstos hayan designado como confidencial; este carácter afecta, en particular, a los secretos técnicos o comerciales y a los aspectos confidenciales de las ofertas. Por su parte el contratista deberá respetar el carácter confidencial de aquella información a la que tenga acceso con ocasión de la ejecución del contrato a la que se le hubiese dado el referido carácter en este documento, o que por su propia naturaleza deba ser tratada como tal. Este deber se mantendrá durante un plazo de cinco años desde el conocimiento de esa información.

24.-JURISDICCIÓN COMPETENTE

Las cuestiones litigiosas que pudieran surgir acerca de la interpretación, modificación, resolución y efectos del presente contrato serán resueltas por la jurisdicción civil de la ciudad de Oviedo.

Las empresas extranjeras presentarán una renuncia expresa para someterse a esta jurisdicción, con independencia del fuero jurisdiccional que pudiese corresponder al licitante.

ANEXO I

MODELO DECLARACIÓN DE CONFIDENCIALIDAD DE DATOS Y DOCUMENTOS

El/ la señor/ a _____, como _____ (señalar facultades de representación: por ejemplo, administrador/ a único, apoderado/ da...), de la empresa _____, como licitador en el contrato de servicios para la campaña de promoción de la marca "Saboreando Asturias" dentro del Plan de Competitividad Turística de Turismo Gastronómico de Asturias

DECLARA a los a efectos de lo previsto en el 153 del RDL 3/20011 de 14 de Noviembre: Que la información facilitada en los documentos y datos presentados en el sobre ____* (que corresponda) que considera de carácter confidencial son los que a continuación se relacionan:

Y para qué conste firmo esta declaración (Lugar y fecha)

Firma

Sello

* Se presentará una declaración por cada uno de los sobres.

Firma