

CONDICIONES BÁSICAS DE CONTRATACIÓN

Acciones de comunicación y marketing que el Proyecto NEXOMAR utilizará para alcanzar sus resultados

Expediente CAC/PC/09/2024

- 1. OBJETO**
- 2. ANTECEDENTES, MEMORIA JUSTIFICATIVA E INSUFICIENCIA DE MEDIOS**
- 3. PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN, VALOR ESTIMADO, PRECIO Y FORMA DE PAGO**
- 4. CAPACIDAD Y SOLVENCIA**
 - 4.1. APTITUD PARA CONTRATAR.
 - 4.2. EMPRESAS COMUNITARIAS O DE ESTADOS SIGNATARIOS DEL ACUERDO SOBRE EL ESPACIO ECONÓMICO EUROPEO
 - 4.3. EMPRESAS NO COMUNITARIAS
 - 4.4. UNIONES DE EMPRESARIOS
 - 4.5. CONDICIONES ESPECIALES DE COMPATIBILIDAD
 - 4.6. SOLVENCIA ECONÓMICA Y FINANCIERA
 - 4.7. SOLVENCIA TÉCNICA Y PROFESIONAL
 - 4.8. ACREDITACIÓN DE LA APTITUD PARA CONTRATAR
- 5. CARACTERÍSTICAS DE LA ACTIVIDAD A REALIZAR (DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES Y PRESTACIONES QUE DEBERÁ REALIZAR EL ADJUDICATARIO: PRESCRIPCIONES TÉCNICAS)**
- 6. LUGAR DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO**
- 7. DURACIÓN Y PRÓRROGA DEL CONTRATO**
- 8. PROCEDIMIENTO**
- 9. CRITERIOS DE VALORACIÓN DE OFERTAS**
 - 9.1. CRITERIOS CUYA CUANTIFICACIÓN DEPENDE DE UN JUICIO DE VALOR (HASTA 25 PUNTOS)
 - 9.2. CRITERIOS EVALUABLES MEDIANTE LA APLICACIÓN DE FÓRMULAS: (HASTA 75 PUNTOS)
 - 9.3. CRITERIOS DE DESEMPATE
 - 9.4. OFERTAS ANORMALMENTE BAJAS
- 10. ASPECTOS LEGALES**
 - 10.1. RÉGIMEN JURÍDICO APLICABLE AL CONTRATO
 - 10.2. JURSDICCIÓN COMPETENTE
 - 10.3. PROTECCIÓN DE DATOS DE CARÁCTER PERSONAL
 - 10.4. CONFIDENCIALIDAD
 - 10.5. CESIÓN DE DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL
 - 10.6. SUBCONTRATACIÓN
 - 10.7. MEDIOS TÉCNICOS Y HUMANOS DE LA EMPRESA ADJUDICATARIA
 - 10.8. RESPONSABLE DEL CONTRATO
- 11. RESOLUCIÓN DEL CONTRATO**
- 12. PRESENTACIÓN DE PROPOSICIONES**

- 12.1. FORMA Y CONTENIDO DE LAS PROPOSICIONES
- 12.2. LUGAR Y PLAZO DE PRESENTACIÓN
- 12.3. OTRAS CUESTIONES A TENER EN CUENTA
- 13. ACLARACIONES SOBRE LAS PRESENTES CONDICIONES BÁSICAS DE CONTRATACIÓN Y SOBRE LAS OFERTAS PRESENTADAS**
- 14. DOCUMENTACIÓN A APORTAR POR EL LICITADOR QUE PRESENTE LA MEJOR OFERTA CON CARÁCTER PREVIO A LA ADJUDICACIÓN**
 - 14.1. EN CASO DE SER PERSONA JURÍDICA ESPAÑOLA O COMUNITARIA.
 - 14.2. EN CASO DE SER PERSONA FÍSICA:
 - 14.3. EN CASO DE PERSONA FÍSICA O JURÍDICA EXTRANJERA NO COMUNITARIA:
 - 14.4. LAS EMPRESAS EXTRANJERAS PRESENTARÁN SU DOCUMENTACIÓN TRADUCIDA DE FORMA OFICIAL AL CASTELLANO.

1. OBJETO

Este procedimiento tiene por objeto seleccionar a la empresa que prestará el **Servicio de la realización de las *Acciones de comunicación y Márketing que el Proyecto NEXOMAR utilizará para alcanzar sus resultados.***

Las necesidades a satisfacer mediante los servicios objeto de la presente contratación son: **Elaboración de un Plan de Comunicación y Márketing; Elaboración de un Manual de Imagen Corporativa; Diseño y Creación de la Web del Proyecto y Gestión del Plan de Comunicación y Márketing que el Proyecto NEXOMAR utilizará para alcanzar sus resultados,** siguiendo las indicaciones de la Corporación.

La prestación del servicio se realizará conforme a los términos que se describen en el **punto 5, características de la actividad a realizar (descripción de las actividades y prestaciones que deberá realizar el adjudicatario: prescripciones técnicas),** de este documento.

De acuerdo con lo anterior, el referido punto 5 tiene por objeto definir los requerimientos técnicos mínimos de las prestaciones que el proveedor contratado deberá poner a disposición del Consejo Andaluz de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación, en adelante Consejo Andaluz de Cámaras.

2. ANTECEDENTES, MEMORIA JUSTIFICATIVA E INSUFICIENCIA DE MEDIOS

El Consejo Andaluz de Cámaras es el Beneficiario Principal del proyecto NEXOMAR cuyo objetivo es establecer un nexo transfronterizo para impulsar la actividad logística marítima a través de:

- a. El impulso de la actividad logística marítima en el territorio potenciando las capacidades organizativas y tecnológicas del sistema logístico en los entornos portuarios de Alentejo-Algarve y Andalucía, para el fomento de la internacionalización e incremento de la presencia exterior de las empresas tanto de los ámbitos de la logística como de las empresas productoras.

- b. El fortalecimiento del desempeño en este ámbito de las empresas industriales de la Eurorregión, para mejorar su competitividad exterior y los retos derivados de la globalización de sus cadenas de suministro.
- c. La mejora de las capacidades de todos los componentes de la función logística:
 - Sector Público y agentes de innovación y transferencia.
 - Gestores de infraestructuras y nodos logísticos.
 - Operadores logísticos.
 - Sectores productivos estratégicos de la Eurorregión.

Estos objetivos contribuyen de forma decisiva a Mejorar la colaboración entre todos ellos, así como la optimización del uso de las amplias infraestructuras existentes. Buscando hacer hincapié en lo material e inmaterial: visión y estrategia empresarial, mejora técnica y de procesos, Smart-logistics, logística colaborativa, logística 4.0 etc...

Conforme al Plan de Trabajo del proyecto están previstas distintas actuaciones dentro de cada Actividad del proyecto que serán ejecutadas por los socios designados.

En el marco de la **Actividad 1: Observatorio / Centro de Conocimiento para la identificación de Oportunidades logísticas en el entorno Portuario Alentejo – Algarve y Andalucía**, cuyo objetivo principal es la creación de un observatorio que permitirá analizar el desempeño de la logística en el territorio marcado, mapeando los agentes clave, y realizando un análisis prospectivo que permita identificar los retos y oportunidades a los que se enfrentan los sectores industriales y logísticos, así como el estado de la conectividad exterior de la Eurorregión y las posibilidades de mejora, se prevé la realización de las siguientes actividades:

- 1.1- Sistema de Inteligencia Competitiva en el Sector Logístico.
- 1.2- Análisis de viabilidad de proyectos de infraestructuras de mejora de la Sostenibilidad, conectividad e intermodalidad.
- 1.3- Evaluación del desempeño logístico de los sectores tractores de la Eurorregión.

En el marco de la **Actividad 2: Fomento de la actividad logística**, el objetivo principal de esta actividad se centra en mejorar la competitividad del sector logístico de la Eurorregión, desarrollando tanto al propio sector como a los sectores industriales en la que la logística es un factor relevante en su competitividad, tanto en sus cadenas de suministro como en la exportación de sus productos, desarrollando acciones como:

- 2.1-Programa de emprendimiento innovador y desarrollo empresarial en el sector de la logística transfronteriza
- 2.2.-Servicio de apoyo a la globalización de las cadenas de suministro de las empresas industriales de la Eurorregión
- 2.3-Mejora del desempeño logístico en la Eurorregión.

En el marco de la **Actividad 3. Innovación y Digitalización en los sectores Industriales y Logísticos**, cuyo objetivo principal de la actividad es digitalizar los sectores industriales y

logísticos a niveles 4.0 con el objetivo de hacer a las empresas logísticas de la Eurorregión más activas y competitivas, tanto para los clientes y usuarios como para el entorno donde se desarrollan. Desarrollando las siguientes actividades:

- 3.1-Capacitación en innovación y digitalización en el sector logístico
- 3.2-Creación de Herramientas
- 3.3-Programa de smart-logistics

En el marco de la **Actividad 4. Estructuras conjuntas de colaboración logística** se pretende la creación de una estructura conjunta para la mejora del posicionamiento y el desempeño de la Eurorregión. Se plantean las siguientes actuaciones:

- 4.1- Coordinación del posicionamiento estratégico de la Eurorregión respecto a elementos como la planificación de redes de transporte.
- 4.2-Fomento de la colaboración público-privado en el ámbito de los equipamientos logísticos de la Eurorregión.
- 4.3-Creación de una estructura de coordinación entre las estructuras asociativas y clústeres.

En el marco de la **Actividad 5. Coordinación**, se prevé la realización de las siguientes actuaciones:

- 5.1-Supervisar el proyecto desde el punto de vista general y estratégico.
- 5.2-Establecer las directrices del proyecto sobre implantación, supervisión y evaluación.
- 5.3-Decidir todos aquellos aspectos de máxima importancia en la ejecución del proyecto.

En el marco de la **Actividad 6. Visibilidad, transparencia y comunicación**, se prevé la realización de las siguientes actuaciones:

- 6.1- Diseño de un plan de comunicación.
- 6.2- Difusión del proyecto en su fase inicial y final
- 6.3-Difusión continua de las actuaciones y resultados del proyecto

Los socios del Proyecto son las siguientes entidades:

- Beneficiario principal. Consejo Andaluz de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación
- Beneficiario 2: Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Campo de Gibraltar
- Beneficiario 3: Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Huelva
- Beneficiario 4: Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Jerez de La Frontera
- Beneficiario 5: Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Sevilla
- Beneficiario 6: Fundación Bahía de Cádiz para el Desarrollo Económico (CEEI Bahía de Cádiz).
- Beneficiario 7: Confederación de Empresarios de Cádiz

- Beneficiario 8: Diputación Provincial de Cádiz. Instituto de Empleo y Desarrollo Socioeconómico y Tecnológico (IEDT)
- Beneficiario 9: Sines Tecnopolo – Associacao Centro de Incubacao de Empresas de Base Tecnológica Vasco de Gama
- Beneficiario 10: Universidade de Évora

DIVISIÓN EN LOTES:

NO

El objeto del contrato contempla una unidad funcional compuesta por las distintas prestaciones que lo componen.

Es por ello por lo que su división en unidades funcionales menores dificultaría enormemente la coordinación y ejecución de los trabajos incluyendo el riesgo de ineficiencias y la existencia de dependencias de unos servicios con otros, que pondrían en peligro la correcta ejecución de los trabajos y, por tanto, el cumplimiento de los objetivos marcados.

La organización y desarrollo de este servicio requiere, por tanto, de unos medios técnicos y humanos, así como un conocimiento y experiencia en materias muy concretas para su desarrollo, no disponibles por el Consejo Andaluz de Cámaras, que aporta la organización interna del programa, así como el personal propio para la coordinación del mismo y supervisión, pero carece de conocimientos técnicos tan específicos y de un grado de experiencia concreta para este servicio, por lo que se impone su externalización para el cumplimiento adecuado de las obligaciones asumidas para el cumplimiento de fin de proyecto.

Los Servicios unitarios, descompuestos y descritos en el presente pliego de prescripciones técnicas son los siguientes:

- **Elaboración de un Plan de Comunicación y Márketing**
El Plan de Comunicación y Márketing deberá integrar todas las medidas de difusión, promoción y comunicación a realizar en el marco del proyecto por todos y cada uno los socios participantes con el objetivo de dar visibilidad en todo momento a las acciones del proyecto.
- **Elaboración de un Manual de Imagen Corporativa:** el manual describirá los signos gráficos escogidos para mostrar su imagen, así como todas sus posibles variaciones: forma, color, tamaño, tipografía corporativa. En el mismo, se explicará su forma, oportunidad y lugar de utilización mediante la inclusión de ejemplos gráficos y se mostrarán, de igual forma, las normas prohibitivas de sus aplicaciones.
- **Diseño y creación del sitio Web:** la Web de NEXOMAR no sólo servirá para difundir y promocionar las acciones del proyecto sino también como medio de comunicación de los miembros del partenariado.
- **Gestión del Plan de Comunicación y Márketing**

A tal fin y dada la naturaleza de los trabajos a realizar, todos relacionados con la comunicación del Proyecto NEXOMAR, se estima necesario y conveniente la determinación de contratar una

sola empresa de servicios externos que tenga la experiencia, conocimientos, equipos técnicos y especialización requerida en cada uno de los servicios licitados y que permitan desarrollar las tareas objeto de contrato con un criterio de unidad y resultados productivos. Al ser una sola empresa la que lleve a cabo los diferentes servicios, repercutirá en beneficio del conjunto del Proyecto, promoviendo la respuesta eficiente en supuestos de discrepancias o incidencias surgidas.

3. PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN, VALOR ESTIMADO, PRECIO Y FORMA DE PAGO

El valor estimado del contrato asciende a la cantidad de 33.884,30 € (TREINTA Y TRES MIL OCHOCIENTOS OCHENTA Y CUATRO EUROS CON TREINTA CÉNTIMOS), IVA excluido.

El presupuesto base de licitación asciende a la cantidad total IVA incluido de 41.000,00 € (CUARENTA Y UN MIL EUROS), dividido en 33.884,30 € (TREINTA Y TRES MIL OCHOCIENTOS OCHENTA Y CUATRO EUROS CON TREINTA CÉNTIMOS), correspondiente al precio de ejecución, y un IVA repercutido que supone 7.115,70 € (SIETE MIL CIENTO QUINCE EUROS CON SETENTA CÉNTIMOS).

A efectos del cálculo de este presupuesto se ha partido de los presupuestos establecidos para servicios externos en los anexos económicos de los documentos subvencionales que financian la ejecución del proyecto, desglosados en función de la naturaleza de los costes y utilizando un sistema de tanto alzado para indicar el beneficio empresarial:

COSTES DIRECTOS	28.801,65 €
COSTES INDIRECTOS	2.371,90 €
BENEFICIO EMPRESARIAL	2.710,75 €
PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN	33.884,30 €
IVA	7.115,70 €
TOTAL	41.000,00 €

Los citados importes incluyen todos los gastos que implique la realización del objeto de la licitación, así como los tributos de cualquier índole, incluido el IVA, que figura como partida independiente.

El precio ofertado deberá especificarse cumplimentando el modelo establecido a tal efecto en el **ANEXO III (Modelo de Proposición Económica)** de las presentes Condiciones Básicas de Contratación, especificando en el mismo el precio total por la realización de todas las fases del proyecto, e incluyendo necesariamente un desglose económico de acuerdo con el siguiente esquema:

ACTUACIONES	PRESUPUESTO BASE ¹
1. ELABORACIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIÓN Y MÁRKETING Y DEL MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA	12.396,69 €
2. DISEÑO Y CREACIÓN DEL SITIO WEB	4.958,68 €
3. GESTIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIÓN Y MÁRKETING	16.528,93 €
TOTAL	33.884,30 (SIN IVA) 41.000,00(IVA INCLUIDO)

Las proposiciones que se presenten superando el presupuesto base de licitación serán automáticamente excluidas. Asimismo, no se aceptarán las proposiciones que contengan omisiones, errores o tachaduras que impidan conocer claramente la oferta. En caso de discrepancia entre el importe expresado en letra y el expresado en cifra, prevalecerá la cantidad que se consigne en letras.

El contrato se extenderá al periodo comprendido entre la formalización del contrato y el 31 de diciembre de 2025, sin perjuicio de eventuales prórrogas de ejecución que sean concedidas por la Autoridad Competente, en cuyo caso quedará prorrogado por dicho periodo la relación contractual, sin incremento del precio final de adjudicación.

Contrato no sujeto a regulación armonizada.

El precio de este servicio no será objeto de revisión, e incluirá, como partida independiente, el Impuesto sobre el Valor Añadido, considerándose incluidos los demás tributos, tasas y cánones de cualquier índole, que sean de aplicación, así como todos los gastos que se originen para el adjudicatario como consecuencia del cumplimiento de las obligaciones contempladas en el presente pliego. Se aplicará el tipo de IVA vigente en su momento, de acuerdo con la normativa del impuesto.

Con carácter general, la facturación del servicio prestado se realizará conforme a lo pactado en el contrato y el pago del precio se realizará previa justificación, recepción y conformidad por parte del Consejo Andaluz de Cámaras de los trabajos realizados y previa presentación de la Factura y Memoria correspondiente, y dentro de los plazos legalmente establecidos.

Para atender a las obligaciones económicas que se derivan del presente procedimiento de contratación existe crédito adecuado y suficiente, en el presupuesto del Consejo Andaluz de Cámaras, siendo financiado en un 75% por el FONDO EUROPEO DE DESARROLLO REGIONAL (FEDER) de la Unión Europea, dentro del marco del Programa de Cooperación INTERREG VI A España-Portugal (POCTEP) 2021-2027.

¹ Presupuesto base IVA no incluido

4. CAPACIDAD Y SOLVENCIA

4.1. APTITUD PARA CONTRATAR.

Podrán optar a la adjudicación del presente contrato las personas naturales o jurídicas, españolas o extranjeras, a título individual o en unión temporal de empresarios, que tengan plena capacidad de obrar, que no estén incursas en las prohibiciones e incompatibilidades señaladas en la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público (LCSP), y que acrediten su solvencia económica, financiera y técnica o profesional.

Los contratistas deberán contar, asimismo, con la habilitación empresarial o profesional que, en su caso, sea exigible para la realización de las prestaciones que constituyan el objeto de este contrato.

Las personas jurídicas solo podrán ser adjudicatarias de contratos cuyas prestaciones estén comprendidas dentro de los fines, objeto o ámbito de actividad que, a tenor de sus estatutos o reglas fundacionales, les sean propios.

Los licitadores deberán disponer de una organización con elementos personales o materiales suficientes para la debida ejecución del contrato. Podrán contar con la solvencia y medios de otras entidades, independientemente de la naturaleza jurídica de los vínculos que tengan con ellas, siempre que **demuestren** que, para la ejecución del contrato, dispondrán efectivamente de esos medios.

4.2. EMPRESAS COMUNITARIAS O DE ESTADOS SIGNATARIOS DEL ACUERDO SOBRE EL ESPACIO ECONÓMICO EUROPEO.

Tendrán capacidad para contratar las empresas 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 prestar el servicio de se trate, deberán acreditar que cumplen este requisito.

4.3. EMPRESAS NO COMUNITARIAS

Sin perjuicio de la aplicación de las obligaciones derivadas de acuerdos internacionales, las personas físicas o jurídicas de Estados no pertenecientes a la Unión Europea o de Estados signatarios del Acuerdo sobre el Espacio Económico Europeo deberán justificar mediante informe que el Estado de procedencia de la empresa extranjera admite a su vez la participación de empresas españolas en la contratación de los entes del sector público asimilables a los enumerados en el artículo 3 de la LCSP, en forma sustancialmente análoga. Dicho informe será elaborado por la correspondiente Oficina Económica y Comercial de España en el exterior que se acompañará a la documentación que se presente.

4.4. UNIONES DE EMPRESARIOS

Podrán contratar con el sector público las uniones de empresarios que se constituyan temporalmente al efecto, sin que sea necesaria la formalización de las mismas en escritura pública hasta que se haya efectuado la adjudicación del contrato a su favor.

Los empresarios que deseen concurrir integrados en una unión temporal deberán aportar un documento de compromiso en el que indiquen los nombre y circunstancias de los que la constituyan y la participación de cada uno, así como que asumen el compromiso de constituirse formalmente en unión temporal en caso de resultar adjudicatarios del contrato. El citado documento ha de estar firmado por los representantes de cada una de las empresas que componen la unión.

Los empresarios que concurren agrupados en uniones temporales 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 del contrato se deriven hasta la extinción del mismo, sin perjuicio de la existencia de poderes mancomunados que puedan otorgar para cobros y pagos de cuantía significativa.

Las empresas que liciten en U.T.E. deberán acreditar cada una de ellas los requisitos de personalidad y capacidad.

En el supuesto de que el contrato se adjudicase a una unión temporal de empresarios, ésta acreditará su constitución en escritura pública, así como el NIF asignado a dicha unión, una vez efectuada la adjudicación del contrato a su favor. En todo caso, la duración de la unión será coincidente, al menos, con la del contrato hasta su extinción.

4.5. CONDICIONES ESPECIALES DE COMPATIBILIDAD

No podrán participar en la presente licitación las empresas o profesionales que hubieran participado previamente en la elaboración de las especificaciones técnicas o de los documentos preparatorios del contrato o hubieran asesorado al Consejo Andaluz de Cámaras durante la participación del procedimiento de contratación, siempre y cuando su participación pudiera falsear la competencia o implicar un trato privilegiado con respecto al resto de las empresas licitadoras.

Los contratos que tengan por objeto la vigilancia, supervisión, control y dirección de la ejecución de cualesquiera contratos, así como la coordinación en materia de seguridad y salud, no podrán adjudicarse a las mismas empresas adjudicatarias de los correspondientes contratos, ni a las empresas a estas vinculadas.

4.6. SOLVENCIA ECONÓMICA Y FINANCIERA

Se requiere como condición que el volumen anual de negocios del licitador o candidato, referido al mejor ejercicio dentro de los tres últimos disponibles en función de las fechas de constitución o de inicio de actividades del empresario y de presentación de las ofertas, sea al menos igual al valor estimado del contrato (33.884,30 €).

4.7. SOLVENCIA TÉCNICA Y PROFESIONAL

A. RELACIÓN DE LOS PRINCIPALES SERVICIOS O TRABAJOS DE IGUAL O SIMILAR NATURALEZA

Una relación de los **principales servicios** o trabajos realizados por el licitador en los últimos tres años en la que se indique **el importe, la fecha y el destinatario** público o privado de los mismos. A este respecto deberá acreditarse la experiencia en la realización de trabajos o servicios de igual o similar naturaleza que los que constituyen el objeto del contrato, estableciéndose como requisito mínimo que el importe anual acumulado en el año de mayor ejecución dentro de los tres últimos ejercicios en función de las fechas de constitución o de inicio de la actividad del licitador y de prestación de ofertas, sea igual o superior al valor estimado del contrato. (33.884,30 €)

B. PERSONAL O UNIDADES TÉCNICOS PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO CONTRATADO

El licitador deberá presentar la estructura del equipo de trabajo responsable de la ejecución del contrato, incluyendo al menos los siguientes perfiles con la experiencia que se detalla a continuación, en proyectos similares:

PERFIL	CONSIDERACIONES
1 director responsable de proyecto	Un director de proyecto, con 4 años de experiencia en la dirección de medios y/o agencias de comunicación que tendrá por cometido supervisar y dar soporte al trabajo realizado, así como actuar de interlocutor con el Consejo Andaluz de Cámaras, tanto para la coordinación de los trabajos, como para resolver cualquier incidencia relacionada con la ejecución del contrato
2 técnicos en periodismo y/o publicidad	Dos técnicos con titulación universitaria en Periodismo o equivalente. Experiencia mínima de tres años de servicios similares al objeto de la adjudicación en medios y/o agencias de comunicación
1 técnico en Diseño Gráfico y Márketing Digital	Un técnico con licenciatura o grado en Gráfica Publicitaria o Diseño, Publicidad y Relaciones Públicas, Periodismo, Comunicación Audiovisual, Marketing u otra titulación vinculada. Experiencia mínima de tres años en diseño gráfico y Márketing digital.
1 técnico en desarrollo de proyectos web	Un técnico experto en desarrollo de proyectos web con contrastada experiencia multimedia y en la generación de contenidos, gestión de redes sociales. Deberá tener al menos 3 años de experiencia en gestión de proyectos de web.
1 técnico analista/programador	Un analista programador: licenciado/graduado/FP en enseñanzas técnicas de Ingeniero técnico en informática (de gestión o de sistemas), diplomado en informática, ciclo formativo de grado superior en informática, titulaciones equivalentes o superiores. Deberá tener al menos 3 años de experiencia en programación.

Esta es la solvencia que se exige en la convocatoria para poder concurrir a la misma. Si el participante quiere optar por aportar un equipo más cualificado, esta mayor cualificación será objeto de valoración según lo dispuesto en la CONDICIÓN 9 “CRITERIOS DE VALORACIÓN DE OFERTAS (b). La solvencia técnica mínima referida en este apartado y requerida para concurrir a

esta convocatoria, será acreditada cumplimentado el **ANEXO II “MODELO DE DECLARACIÓN DE RESPONSABLE”**.

Dicho **ANEXO II** será incluido en el **SOBRE 1**, tal y como se explica en la **CONDICIÓN 12** de este documento. Cualquier duda sobre cómo presentar la documentación debe ser consultada con la Corporación, bien por correo electrónico (camarasandalucia@camarasandalucia.org) o por teléfono (954 501 303) en horario de oficina (08:30 a 14:00 horas), ya que la inclusión de información del **SOBRE 3**, en el **SOBRE 1**, o en el **SOBRE 2** podría dar lugar a la exclusión automática de la empresa participante.

Para optar por la puntuación relativa al equipo técnico se rellenará el **ANEXO III**, que se incluirá en el **SOBRE 3**, y que se acompañará de modelo de currículum incorporado en el **ANEXO VI**.

Cuando el licitador sea una empresa de nueva creación (entendiendo por tal aquella que tenga una antigüedad inferior a cinco años), su solvencia técnica se acreditará por los medios a que se refieren la letra B. anterior. En lo que se refiere a la letra A. la relación de trabajos será únicamente de aquellos años en que haya tenido actividad, sin que sean de aplicación los requisitos mínimos indicados en este apartado A.

El candidato o licitador se compromete a dedicar o adscribir a la ejecución del contrato los medios personales descritos, atribuyéndosele el carácter de obligación esencial a los efectos previstos en el artículo 211 de la LCSP.

Para acreditar la solvencia mínima necesaria, los licitadores podrán basarse en la solvencia y medios de otras entidades, independientemente de la naturaleza jurídica de los vínculos que tenga con ellas, siempre que demuestren que, durante toda la duración de la ejecución del contrato, dispone efectivamente de esos medios, y la entidad a la que recurra no está incurso en una prohibición de contratar.

4.8. ACREDITACIÓN DE LA APTITUD PARA CONTRATAR

El cumplimiento de estos requisitos previos se acreditará con la presentación de la Declaración Responsable según modelo del **ANEXO II “MODELO DE DECLARACIÓN DE RESPONSABLE”**, de las presentes Condiciones Básicas de Contratación, sin perjuicio de que el Consejo Andaluz de Cámaras pueda solicitar en cualquier momento a cualquier licitador cuando considere que existen dudas razonables sobre la vigencia o fiabilidad de la declaración o cuando resulte necesario para el buen desarrollo del procedimiento, la documentación acreditativa de lo manifestado en la declaración responsable. En concreto podrá solicitar documentación necesaria para comprobar el conocimiento y la experiencia del equipo de trabajo propuesto, (certificaciones, cursos, información sobre participación en proyectos, etc.) relacionados con las materias en cuestión y/o currículum.

Los modelos a cumplimentar indicados en las presentes Condiciones serán de OBLIGADO CUMPLIMIENTO.

5. CARACTERÍSTICAS DE LA ACTIVIDAD A REALIZAR: PRESCRIPCIONES TÉCNICAS**Acciones de comunicación y Márketing que el Proyecto NEXOMAR utilizará para alcanzar sus resultados**

(Actividad 6. COMUNICACIÓN, subactividad 6.1. Diseño de un Plan de Comunicación y subactividad 6.2. Difusión del Proyecto en su fase inicial y final 6.3 Difusión continua de las actuaciones y resultados del Proyecto)

ACTIVIDAD 6. DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD Y DE LAS ACCIONES

Para garantizar desde el principio una planificación estratégica y una gestión eficaz de las actividades y herramientas de comunicación y difusión se elaborará y pondrá a disposición de los socios del partenariado un Plan de Comunicación donde se integren todas las medidas de difusión, promoción y comunicación a realizar.

6.1. Diseño de un plan de comunicación

Una de las primeras acciones que se llevarán a cabo en la ejecución del proyecto NEXOMAR consistirá en la redacción de un plan de comunicación, que buscará dar visibilidad en todo momento a las acciones del proyecto. La puesta en marcha, el seguimiento y evaluación de todas las acciones del proyecto estarán guiados por el correcto cumplimiento de la normativa comunitaria en materia de información y publicidad, y así lograr una correcta ejecución de estas.

El Plan de Comunicación del proyecto se articulará como el primer y principal medio para establecer las medidas en materias de información y publicidad necesarias, encaminadas a dar notoriedad y transparencia a las actuaciones y para determinar las responsabilidades y funciones que han de desempeñar las diferentes partes implicadas en la gestión de los programas operativos. Será definido de forma concreta en los primeros meses del proyecto.

El Plan de Comunicación estará compuesto por los siguientes elementos:

- Objetivos y grupos destinatarios.
- Estrategia y contenido de las medidas de publicidad
- Presupuesto indicativo de aplicación de las medidas previstas
- Indicación de los resultados esperados de las medidas de publicidad y difusión
- Enfoque y diseño del Story board para el Video de visibilidad exterior
- Requerimientos formales y obligaciones legales del FEDER y del POCTEP

Los objetivos generales del Plan de Comunicación serán:

- Optimizar el flujo de la información entre los socios del proyecto y organizar una comunicación eficiente entre las instituciones participantes.
- Dar a conocer el proyecto a los potenciales actores involucrados y a los principales beneficiarios.
- Informar y comunicar los resultados del mismo a entidades públicas y privadas de otras regiones europeas y de las instituciones nacionales y europeas que podrían estar interesadas en el proyecto.

6.2. Difusión del Proyecto en su fase inicial y su fase final

Seguendo el plan de Comunicación, se desarrollarán los siguientes trabajos:

- Imagen Corporativa del proyecto NEXOMAR
- Diseño y creación del portal NEXOMAR
- Diseño de RollUp del programa
- Activación de Redes Sociales
- Planificación de las Campañas de publicidad en distintos medios

Inicialmente se organizarán jornadas de presentación tanto en Andalucía como en Algarve y Alentejo, donde se explicarán los objetivos y actuaciones previstas en el Proyecto, así como los resultados que se esperan conseguir. También se hará una presentación del programa POCTEP, para situar a los asistentes en el marco del programa, conociendo sus principios y objetivos.

Se pretende que estas jornadas coincidan en día y hora en las tres regiones, para que, ayudándose de la tecnología, se pueda contactar directamente con las otras regiones, al objeto de empezar a crear la Red hispano-lusa de espacios portuarios y de visualizar más claramente el carácter transfronterizo del proyecto.

Por otra parte, se organizarán igualmente unas jornadas en el tramo final del proyecto, para dar a conocer los logros que se han conseguido gracias a la ejecución del proyecto. Estas jornadas son fundamentales, ya que se

pretende que el desarrollo del proyecto piloto de implantación de pymes en los espacios portuarios sea un ejemplo de buena práctica que pueda extenderse a otros proyectos e iniciativas semejantes.

Esta actividad incluye viajes de los socios para reunión conjunta en la que se plantearán las bases de comunicación del proyecto y viajes para la asistencia a las jornadas de cierre y transferencia de resultados.

6.3. Difusión continua de las actuaciones y resultados del proyecto

Tal y como se especificará en el Plan de Comunicación, y en consonancia con su estrategia, todas y cada una de las actuaciones del proyecto contarán con su difusión correspondiente, a través de los medios que se consideren más oportunos, ya sean folletos, carteles, radio o prensa o cualquier medio que se antoje idóneo y adecuado para cumplir con los resultados de cada actuación. Entre estos medios se encuentra el diseño de una página web, que no sólo servirá para difundir y promocionar las acciones del proyecto sino también como medio de comunicación de los miembros del partenariado.

El presente apartado tiene por objeto la regulación de las condiciones técnicas que han de regir la contratación de la elaboración de un Plan de Comunicación y de Márketing, de un Manual de imagen corporativa, del diseño y creación del sitio Web y de la gestión del Plan de Comunicación y de Márketing que el Proyecto NEXOMAR utilizará para alcanzar sus resultados.

El detalle de los diferentes trabajos que se deberán acometer en la prestación del Servicio se establece en los apartados siguientes:

Plan de Comunicación y Márketing:

Para garantizar desde el principio una planificación estratégica y una gestión eficaz de las actividades y herramientas de comunicación y difusión se requiere de la elaboración de un Plan de Comunicación y Márketing y un Manual de imagen corporativa para su puesta a disposición de los socios del partenariado.

El Plan de Comunicación y Márketing deberá integrar todas las medidas de difusión, promoción y comunicación a realizar en el marco del proyecto por todos y cada uno los socios participantes con el objetivo de dar visibilidad en todo momento a las acciones del proyecto.

El Plan de Comunicación y Márketing deberá velar por que la puesta en marcha, el seguimiento y evaluación de todas las acciones del proyecto estén guiados por el correcto cumplimiento de la normativa comunitaria en materia de información y publicidad necesarias, encaminadas a dar notoriedad y transparencia a las actuaciones y para determinar las responsabilidades y funciones que han de desempeñar las diferentes partes implicadas en la gestión de los programas operativos, y así lograr una correcta ejecución de las mismas.

El Plan de Comunicación y Márketing se articulará como el primer y principal medio para establecer las medidas en materias de información y publicidad necesarias, encaminadas a dar notoriedad y transparencia a las actuaciones y para determinar las responsabilidades y funciones que han de desempeñar las diferentes partes implicadas en la gestión de NEXOMAR. El Plan de Comunicación estará compuesto al menos por los siguientes elementos:

- Objetivos y grupos destinatarios.
- Estrategia y contenido de las medidas de publicidad.
- Presupuesto indicativo de aplicación de las medidas previstas.
- Calendario de las actuaciones e hitos a alcanzar.

- Indicación de los resultados esperados de las medidas de publicidad y difusión.
- Enfoque y diseño del Story board para el vídeo de visibilidad exterior.
- Requerimientos formales y obligaciones legales del FEDER y del POCTEP.

Los objetivos generales del Plan de Comunicación serán:

- Optimizar el flujo de la información entre los socios del proyecto y organizar una comunicación eficiente entre las instituciones participantes.
- Dar a conocer el proyecto a los potenciales actores involucrados y a los principales beneficiarios.
- Informar y comunicar los resultados del mismo a entidades públicas y privadas de otras regiones europeas y de las instituciones nacionales y europeas que podrían estar interesadas en el proyecto.

El plan de comunicación y Márketing deberá ser coherente con el presupuesto asignado a cada uno de los socios del proyecto y debe responder a las previsiones del programa POCTEP (referidas no sólo a su contenido, sino al cumplimiento de todas las normas aplicables en materia de visibilidad de las acciones financiadas por la Unión Europea). El plan de comunicación deberá en particular contener:

- Identificación público objetivo y beneficiarios finales.
- Definición y diseño de acciones concretas de difusión (con identificación de entidades responsables y calendario de puesta en marcha).
- Diseño de las acciones de promoción y difusión para el proyecto.
- Diseño y puesta en marcha del sistema de seguimiento de resultados e indicadores de comunicación.

El diseño del plan de comunicación y Márketing deberá tener en cuenta los siguientes condicionantes:

- Tanto el proyecto como la marca a desarrollar tienen un carácter transnacional, deberán por ello tenerse en cuenta en el planteamiento del plan de comunicación las peculiaridades de cada uno de los territorios a los que el plan de comunicación se refiera. Esta circunstancia determina la necesidad de que los distintos socios se vean involucradas en el proceso de su elaboración.
- Uno de los objetivos del proyecto es el fomento del comercio marítimo sostenible con la prioridad de avanzar en la transición ecológica y la adaptación al cambio climático del espacio transfronterizo a través de la cooperación entre puertos y empresas como herramienta para el fomento de la economía verde y la economía azul; resulta por ello fundamental que durante el proyecto se sienten las bases para las actividades encaminadas a su consecución.

El Plan de Comunicación y Márketing deberá estar redactado en castellano.

El siguiente enlace contiene la Información de interés y necesaria para una correcta ejecución de las Acciones, elaborada por los órganos de gestión del Programa Operativo INTERREG POCTEP 21-27. Dicha información afecta de forma directa al servicio que se solicita de elaboración de un Plan de Comunicación y Márketing.

<https://www.poctep.eu/comunicacion/>

Manual de imagen corporativa:

Deberá elaborarse un Manual de Identidad Corporativa que recoja los diferentes elementos de comunicación visual del proyecto NEXOMAR y que responda a las previsiones del programa POCTEP.

Se trata de un Manual en el que se diseñen las líneas maestras de la imagen del Proyecto. En él se definirán las normas que se deben seguir para imprimir la marca y el logotipo en los diferentes soportes internos y externos del proyecto, con especial hincapié en aquellos que se mostrarán al público.

El manual describirá los signos gráficos escogidos para mostrar su imagen, así como todas sus posibles variaciones: forma, color, tamaño, tipografía corporativa. En el mismo, se explicará su forma, oportunidad y lugar de utilización mediante la inclusión de ejemplos gráficos y se mostrarán, de igual forma, las normas prohibitivas de sus aplicaciones.

Siendo el Manual de Identidad Corporativa un instrumento al servicio del proyecto, y siendo una de las lenguas oficiales del proyecto el castellano, ésta es la lengua en la que deberá estar redactado.

El Manual de Identidad Corporativa del proyecto NEXOMAR deberá contener como mínimo los apartados que a continuación se citan. Se recuerda la importancia y la obligación de incorporar en el Manual de Identidad Corporativa las obligaciones que establece el programa Interreg POCTEP en cuanto al uso e incorporación de logotipos oficiales. Para ello, en el siguiente enlace se encuentra toda la información que afecta de forma directa al servicio que se solicita: **<https://www.poctep.eu/comunicacion/>**. En este sentido, se recuerda que la elegibilidad de los gastos que se acometan en el marco del proyecto está supeditada al correcto uso de los logos oficiales que establece el Programa:

1. LA MARCA, LOGOTIPO
2. CONTRUCCIÓN Y APLICACIÓN
 - Modulación
 - Área de protección
 - Uso de logos oficiales del proyecto
3. USO ALTERNATIVO DEL LOGOTIPO
 - Versión Monocromática
 - Composición institucional

Dicha composición deberá tener en cuenta el uso de logos de carácter oficial (FEDER, Programa...) así como las indicaciones para incorporar cada socio del proyecto su logo oficial.

4. EL COLOR

- Colores corporativos
- Aplicaciones cromáticas

5. USOS INCORRECTOS

6. TIPOGRAFÍA

- Tipografía principal
- Tipografía complementaria

7. PAPELERÍA COMERCIAL

- Tarjeta de visita (opcional)
- Hoja de carta
- Sobre americano con ventana
- Sobre C4 bolsa
- Carpeta con solapa cerrada
- Carpeta con solapa abierta
- Carpeta con solapa abierta interior

8. PUBLICIDAD

- Cartel
- Flyer
- Díptico
- Cartel
- Revista
- Bolígrafo y Block de Notas
- Camiseta
- Soporte para móviles
- Batería portátil
- Plantilla Power Point

9. REDES SOCIALES

- En las RRSS se utilizarán los perfiles del Consejo Andaluz de Cámaras de acuerdo con su Gabinete de Comunicación

10. ANUNCIOS DE PRENSA

Anuncios con las siguientes medidas (para su uso en prensa escrita y prensa digital)

- 300px por 250px
- 300px por 300px
- 300px por 600px
- 450px por 150px
- 728px por 90px

De manera opcional, se podrán presentar propuestas creativas de encaje del concepto para campañas publicitarias en TV, internet y otros medios

11. SOPORTES

- PhotoCall
- Enara

12. SOLUCIONES Y SIMULACIONES

13. ANEXO

- Debe acompañar a este documento, una serie de archivos anexos de artes finales. La entrega de los diferentes productos finales se realizará tanto en formato papel (convenientemente encuadernado en el caso del Manual de Identidad Corporativa y la Memoria explicativa con el plan de implantación de la imagen corporativa) como digital (en versiones tanto en baja resolución como en alta en formato pdf vectorial y al menos otro formato editable de los más extendidos en diseño gráfico y, en el caso del logotipo y sus diferentes versiones, en los formatos más habituales de diseño gráfico – eps, pdf vectorial, Adobe Illustrator, jpg, png, gif, o similares...-). Será una publicación digital, aunque en formato tradicional estilo libro, que recopilará todos los materiales elaborados, con sus correspondientes explicaciones y ejemplos de uso y estructurada en capítulos.
- De manera opcional, se podrán presentar propuestas creativas de encaje del concepto para campañas publicitarias en TV, internet y otros medios

Diseño y creación del sitio Web www.nexomar.com

Nota inicial. El dominio citado ha sido adquirido por el Consejo Andaluz de Cámaras.

La Web de NEXOMAR no sólo servirá para difundir y promocionar las acciones del proyecto sino también como medio de comunicación de los miembros del partenariado. Por ello, la Web del proyecto NEXOMAR debe obedecer a los siguientes criterios:

- Transmitir la esencia del proyecto; el fomento del comercio marítimo sostenible con la prioridad de avanzar en la transición ecológica y la adaptación al cambio climático del espacio transfronterizo a través de la cooperación entre puertos y empresas como herramienta para el fomento de la economía verde y la economía azul.
- Ser una Web atractiva y con un uso razonable de la fuente, colores, imágenes y complementos.
- Ser una Web enfocada a las empresas, una web que ayude a las pymes a conocer las mejoras necesarias a aplicar en el ámbito de la logística, que les ayude a implantar prácticas de adaptación al cambio climático y tecnologías de gestión logística. A través de la Web debe fomentarse la capacitación de las empresas en materia logística y/o comercio marítimo sostenible. Debe ser capaz de hacer llegar a las pymes los Acuerdos y alianzas con Comunidades Portuarias que se puedan firmar en el marco del proyecto, obtener de primera mano información sobre los servicios que prestan los espacios portuarios y por último, deberá facilitar la implantación de las mismas dentro de los espacios portuarios.

- Resaltar los espacios portuarios del territorio POCTEP como elementos fundamentales y estratégicos para Europa, al constituir el acceso natural para los flujos comerciales transeuropeos con origen y destino en África o América. Por ello, debe de recoger la máxima información sobre los espacios portuarios localizados en el área de intervención del NEXOMAR
- Importancia del uso de las imágenes para mejorar la comunicación con los usuarios y fortalecer los contenidos.
- El manejo de la web debe ser intuitivo, pensando cuál sería el recorrido que harían la mayoría de los visitantes y qué les puede interesar.
- Así mismo debe ser una web responsive, es decir que se adapte a los diferentes dispositivos: Smartphone, tablet, netbook, notebook, PC.
- La Web del proyecto servirá no sólo para ofrecer información directa, sino también como herramienta de difusión y envío de otros materiales, como por ejemplo, el material de referencia, las publicaciones, los folletos, el logotipo.
- La Web debe favorecer la difusión continua de las actuaciones de los socios en el marco del proyecto y de sus resultados. La Web debe de permitir su uso para invitar a actos y eventos, así como para crear un acceso específico para la prensa y los medios de comunicación que facilitara el trabajo con este grupo destinatario.
- Desde la Web debe ser posible ordenar, organizar y facilitar las tareas de inscripción y acreditación de los asistentes a eventos, talleres, jornadas, etc. organizados por los distintos socios de NEXOMAR.
- Cumplir - a través de una intranet segura de acceso restringido a los socios del proyecto - la función de comunicación interna entre los socios.

Descripción y especificaciones técnicas del sitio Web NEXOMAR:

A efectos simplemente orientativos sobre el modelo de sitio Web que se desea, se facilita dirección Web del Programa de Cooperación INTERREG V A ESPAÑA-PORTUGAL (POCTEP) 2021-2027; <https://www.poctep.eu/>

Tal y como se ha mencionado anteriormente, la Web del proyecto debe ser una Web enfocada a las empresas y que facilite la ejecución de las acciones previstas para cada uno de los socios. Además de las pymes, el otro pilar del proyecto y por tanto del sitio Web serán los puertos de la zona de cooperación de NEXOMAR.

- *Alojamiento de la Web de NEXOMAR:*
La adjudicataria se encargará del alojamiento del sitio Web durante toda la vida del proyecto y se establece la obligación de su traspaso a los servidores del Consejo Andaluz de Cámaras cuando éste finalice.
- *Idiomas de la Web:*
Si bien la Web dispondrá de documentos colgados por los distintos socios del Proyecto en varios idiomas y que estarán en sus idiomas originales (castellano, portugués e inglés), el idioma principal de la Web será el castellano. La Web debe tener la opción de

un traductor automático que permita que el usuario que esté interesado y no tenga conocimiento del idioma principal del proyecto pueda acceder a dicha información.

Si bien el idioma principal será el castellano, el adjudicatario deberá traducir al portugués la interfaz de la Web así como apartados concretos; caso de la página de inicio y especialmente, la página que explica el proyecto, sus objetivos, acciones, partenariado, etc.

- *Sistema de gestión de contenidos (CMS):*
Debe ser un sitio Web que se implemente a través de sistemas de gestión de contenidos (CMS) en modalidad cloud computing. Un CMS totalmente escalable y opensource, necesario para construir y mantener el sitio con las funciones requeridas.
- *Integración de funcionalidades 2.0:*
Agregadores sociales, widget actividad Social Media, reproducción multimedia (videos y podcast), encuestas, votaciones, etiquetas, etc., propiciando la interacción con los usuarios del área de cooperación del POCTEP en particular y con toda la comunidad portuaria y empresarial en general.
- *Grupos de usuarios:*
La Web deberá tener capacidad para la creación de diferentes roles de acceso, tanto acceso a backend como usuarios registrados en la web.
- *Publicador múltiple:*
Debe de permitir publicar contenidos a varias personas con diferentes perfiles (administrador, autor, editor, etc.)
- *Avisos legales:*
Inclusión en el sitio web de todos los avisos legales y leyendas de protección de datos requeridos para el cumplimiento de la legalidad vigente.
- *Optimizado para un alto rendimiento y velocidad:*
La web deberá visualizarse correctamente en todos los navegadores.
- *Optimizada con diseño responsive:*
Así mismo debe ser una web responsive, es decir que se adapte y visualice en los diferentes dispositivos móviles: Smartphone, tablet, netbook, notebook, PC.
- *Buscador eficiente:*
Orientado a facilitar la búsqueda de contenidos más específicos en el Portal.
- *Sistema de Gestión de Eventos e Inscripciones*
El sitio Web debe contener un calendario que muestre todos los eventos previstos en el marco del proyecto o relacionado. Además, deberá contener un sistema de gestión de inscripción a los mismos con opciones tales como la exportación de listados en formatos Excel, etc.
- *Integración con una cuenta de Google.*
Posibilidad de integración con una cuenta de Google para facilitar el trabajo colaborativo y el acceso e intercambio de documentación entre socios. La cuenta de Google será objeto de contratación específica por el Consejo por lo que su coste no será objeto de la presente licitación.

- Etc.

Gestión del Plan de Comunicación y Márketing que el Proyecto utilizará para alcanzar sus resultados

Deberá elaborarse un Plan de Comunicación y Márketing y llevarse a cabo la gestión de cada una de las acciones recogidas en este Plan y que permitan alcanzar los objetivos y resultados del Proyecto NEXOMAR.

Además, el Adjudicatario deberá realizar los trabajos que se detallan a continuación:

- Propuesta, revisión junto con el equipo del Consejo Andaluz de Cámaras, corrección, y gestión del plan de medios seleccionado en base a las necesidades de comunicación y promoción del Proyecto NEXOMAR, para dar a conocer sus principales servicios y proyectos.
- Elaboración del plan de envío, diseño de creativities y maquetación de los contenidos generados en el Plan de comunicación y Márketing.
- Gestión de los contenidos y alimentación de la Web de NEXOMAR con el objetivo de hacer crecer las visitas y consultas a la Web. Se elaborará y publicará al menos 1 contenido semanal para la sección Noticias de la web.
- Gestión de las Redes Sociales del NEXOMAR, con el objetivo de hacer crecer la Comunidad del Proyecto. Cada publicación se hará bajo la supervisión y coordinación del Consejo Andaluz de Cámaras. Asimismo se elaborará y publicará al menos 1 contenido semanal para las RRSS de NEXOMAR.
- El Adjudicatario tendrá que elaborar los diseños gráficos y creativities solicitados por el Consejo Andaluz de Cámaras para NEXOMAR.
- Elaboración de un banco de imágenes para la página web, medios de comunicación y RRSS del proyecto NEXOMAR.
- Calendario de las actuaciones e hitos a alcanzar en comunicación.
- Elaboración de informes y seguimiento de resultados. El Adjudicatario deberá elaborar un cuadro de mando para el seguimiento de los principales KPIs del plan de comunicación y marketing desarrolladas, desglosado por canales y segmentos de usuario prioritarios. Entre los indicadores también se incluirán los referidos al rendimiento del portal web y las redes sociales, entre otros. El cuadro de mando se actualizará con una periodicidad trimestral y deberá incluir un análisis del rendimiento de las acciones recogidas en el plan de trabajo y recomendaciones para seguir evolucionando los resultados. Por otro lado, el Adjudicatario deberá elaborar y entregar un estatus quincenal y un informe trimestral, donde se recoja un resumen de las actuaciones desarrolladas en el periodo.
- Actualización del plan de comunicación y marketing a lo largo del Proyecto NEXOMAR. Para la actualización del plan será necesario contemplar al menos las siguientes acciones:
 - Investigación: Junto con el equipo del Consejo Andaluz se definirán las necesidades del Proyecto NEXOMAR. Esta información se resumirá en un análisis DAFO (debilidades, amenazas, fortalezas, oportunidades).

- Planificación: Partiendo de la información recogida se definirán los objetivos, la estrategia, las acciones y metas del plan de comunicación a desarrollar.
- Los objetivos: Los objetivos tienen que ser específicos, realistas, medibles y alcanzables.
- La estrategia: Definirá cómo alcanzar los objetivos propuestos. Pudiendo ser una estrategia diferente para cada objetivo o más de una estrategia para alcanzar cada objetivo.
- Las acciones: Se incluirá la definición detallada de las acciones a realizar.
- Gabinete de Comunicación del Proyecto NEXOMAR para informar a medios y entidades colaboradoras de la labor desarrollada. Esta tarea incluye:
 - Creación de una lista de medios claves y mantenerles informados de todas las novedades y noticias relacionadas con NEXOMAR,
 - Elaboración de un dossier informativo sobre NEXOMAR para medios de prensa y otro para entidades colaboradoras con los servicios y recursos más destacados.
 - Elaboración de notas de prensa sobre los proyectos y datos reseñables de NEXOMAR y su difusión en medios de prensa locales y regionales.
 - Asesoramiento en las estrategias de comunicación para los proyectos puestos en marcha por NEXOMAR.
 - Todo ello se hará bajo la supervisión y coordinación del Gabinete de Comunicación del Consejo Andaluz de Cámaras, así como con el resto de los socios de NEXOMAR en aquellas actuaciones que le sean propias y para la publicación de contenido (material a publicar, momento temporal, adecuación del mensaje, etc.).
- El presupuesto para la ejecución de la campaña de publicidad en medios será asumido por el Consejo Andaluz de Cámaras, el cual dispone de un presupuesto de 20.000 € para ello. La empresa adjudicataria presentará una propuesta ajustada a este presupuesto que permitirá:
 - Dar a conocer NEXOMAR y su actividad diaria, mantener un canal de comunicación abierto y eficiente al mismo tiempo que reforzamos la imagen de marca.
 - Promocionar las actividades, recursos y servicios de NEXOMAR.
 - Se referenciará en las publicaciones, cuando sea posible, proyectos realizados y servicios / recursos ofrecidos por NEXOMAR.
- Todas las actuaciones se harán en coordinación con el Gabinete de Comunicación del Consejo Andaluz de Cámaras, dándose por válida únicamente las que tengan su aprobación.

ELABORACIÓN DE UNA MEMORIA DE ACTIVIDADES E INFORME DE RESULTADOS

Antes de la finalización del servicio, el Adjudicatario deberá realizar un informe completo de las actuaciones realizadas, características de la Web, resultados conseguidos y principales desviaciones. Las propuestas que ofrezcan características inferiores y que no cubran estos mínimos, no serán tomadas en consideración en el presente procedimiento de adjudicación. El adjudicatario deberá aportar los conocimientos, metodologías y recursos necesarios para asegurar un resultado óptimo.

La memoria debe ser un documento “atractivo” que facilite su lectura y difusión. También debe elaborarse una infografía con un resumen de todos los indicadores clave y una nota de prensa para su publicación.

6. LUGAR DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO

Los servicios objeto de la presente licitación se llevarán a cabo en la Comunidad Autónoma de Andalucía, Algarve y Alentejo.

7. DURACIÓN Y PRÓRROGA DEL CONTRATO

El contrato se extenderá al periodo comprendido entre la formalización del contrato y el 31 de diciembre de 2025, sin perjuicio de eventuales prórrogas de ejecución que sean concedidas por la Autoridad Competente, en cuyo caso quedará prorrogado por dicho periodo la relación contractual, sin incremento del precio final de adjudicación.

La prestación de los servicios se entenderá como cumplida por el adjudicatario cuando éste haya realizado, de acuerdo con los términos del presente Documento y a satisfacción del Consejo Andaluz de Cámaras, la totalidad del objeto del presente contrato.

Dentro del máximo fijado en el párrafo anterior se establecen los siguientes plazos parciales de obligado cumplimiento:

- Elaboración del Plan de Comunicación y Márketing hasta el 20 de mayo de 2024
- Elaboración Manual de Identidad Corporativa hasta el 20 de mayo de 2024
- Diseño y creación del sitio Web hasta el 20 de mayo de 2024

Si procede prórroga.

8. PROCEDIMIENTO

El contrato se adjudicará por **procedimiento simplificado con publicidad**, tramitándose el expediente de forma ordinaria, al amparo de lo establecido en las Instrucciones Internas de Contratación del Consejo Andaluz de Cámaras de 25 de enero de 2023, publicadas en el perfil de contratante de la página web corporativa.

Finalizado el plazo de presentación de proposiciones, la unidad gestora que promueva la contratación, valorará la documentación recibida en función de los criterios señalados en la condición 9 siguiente y elevará al Órgano de Contratación la propuesta de adjudicación del contrato. La valoración de las proposiciones se hará siguiendo el siguiente orden secuencial, y en actos distintos:

- **1º Sobre 1:** Documentación acreditativa de los requisitos previos, según se detalla en el **ANEXO II**.
- **2º Sobre 2:** Documentación valorable mediante criterios cuya cuantificación dependa de juicio de valor.

Se incluirán los requisitos exigidos en el apartado 5. Prescripciones Técnicas de este Documento, exponiendo la metodología propuesta del contenido y desarrollo de los trabajos, los procesos y actividades más relevantes y significativas a desarrollar.

- **3º Sobre 3:** Proposición económica, documentación para valoración mediante criterios cuantificables de forma automática (fórmulas) (**ANEXO III**) y Declaración de Subcontratación (**ANEXO IV**) y modelo de currículum (**ANEXO VI**).

IMPORTANTE: La inclusión por parte del licitador de información relativa a los criterios de adjudicación objetiva (evaluables automáticamente o mediante la aplicación de fórmulas), reservada para el sobre nº 3 (ANEXO III y ANEXO VI), en el sobre nº1 o nº 2, podrá acarrear la exclusión automática de la oferta del licitador en la fase de valoración de ofertas, al infringir este hecho los principios de igualdad de trato y de no discriminación y el principio de secreto de las proposiciones exigido en el artículo 139.2 de la LCSP

Los licitadores interesados podrán tener acceso a la información sobre los precios ofertados una vez abierto este sobre.

Si en el ejercicio de sus funciones la unidad gestora que promueva la contratación, o en su defecto el órgano de contratación tuviera indicios fundados de conductas colusorias en el procedimiento de contratación, en el sentido definido en el artículo 1 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia, los trasladará con carácter previo a la adjudicación del contrato a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, a efectos de que a través de un procedimiento sumarísimo se pronuncie sobre aquellos. La remisión de dichos indicios tendrá efectos suspensivos en el procedimiento de contratación.

La unidad gestora que promueva la contratación elevará, o en su defecto el Órgano de Contratación elaborará su propuesta sobre la oferta que haya obtenido la mayor puntuación en función de los criterios de adjudicación definidos (en adelante, mejor oferta). Si el Órgano de Contratación estuviera conforme con la propuesta del área gestora, cuando ésta eleve propuesta, o bien directamente, procederá a requerir al licitador que haya presentado mejor oferta para que, en el plazo indicado (mínimo de tres y máximo de diez (10) días hábiles a contar desde el siguiente a aquel en que hubiera recibido el requerimiento), presente la documentación señalada en la Condición 14 de las presentes Condiciones Básicas de Contratación. En caso de no cumplir este licitador, en tiempo y forma a juicio del Consejo Andaluz de Cámaras, con el referido requerimiento, se entenderá que 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.

Una vez presentada la documentación solicitada en tiempo y forma, el Órgano de Contratación resolverá a su favor la adjudicación procediéndose a publicar la misma en el Perfil de Contratante del Consejo Andaluz de Cámaras y se notificará al resto de licitadores la adjudicación.

Por tanto, el licitador que haya presentado la mejor oferta para el Consejo Andaluz de Cámaras no adquirirá derecho alguno a su favor frente a esta corporación hasta que no presente la documentación requerida y se publique y notifique la adjudicación y se firme el correspondiente contrato.

Dicha adjudicación tendrá lugar en el plazo máximo de sesenta (60) días a contar desde la finalización del plazo de presentación de ofertas, si bien, el Órgano de Contratación podrá decidir no adjudicar o celebrar el contrato (por razones de interés público) o desistir del procedimiento (por infracciones del procedimiento no subsanables) en cualquier momento antes de su formalización, notificando esta decisión a los licitadores que hayan presentado su oferta.

Asimismo, el Órgano de Contratación se reserva el derecho a declarar desierta la licitación si las ofertas o la documentación presentadas no reúnen a su juicio, las condiciones mínimas en cuanto a solvencia, características técnicas o idoneidad en los precios ofertados. También podrá el Consejo Andaluz de Cámaras anular la adjudicación antes de la firma del contrato, si el adjudicatario incumple a su juicio cualquiera de los requisitos exigidos en la Convocatoria o en las presentes Condiciones o aquellos compromisos incluidos en su oferta. Igualmente, en este supuesto, el Órgano de Contratación podrá efectuar una nueva adjudicación al licitador o licitadores siguientes a aquel, por el orden que hayan quedado clasificadas sus ofertas en la valoración, siempre que ello fuere posible y que el nuevo licitador seleccionado preste su conformidad.

9. CRITERIOS DE VALORACIÓN DE OFERTAS

Las proposiciones de las empresas interesadas se valorarán, de CERO (0) a CIEN (100) puntos, conforme a los criterios que se indican a continuación y con la ponderación que se señala.

- a) CRITERIOS CUYA CUANTIFICACIÓN DEPENDE DE UN JUICIO DE VALOR: CALIDAD TÉCNICA DE LA SOLUCIÓN PROPUESTA: hasta **25 puntos**
- b) CRITERIOS EVALUABLES AUTOMÁTICAMENTE O MEDIANTE LA APLICACIÓN DE FÓRMULAS²:
 - NO ECONÓMICOS: hasta **26 puntos**.
 - ECONÓMICOS: hasta **49 puntos**.

9.1. CRITERIOS CUYA CUANTIFICACIÓN DEPENDE DE UN JUICIO DE VALOR³ (HASTA 25 PUNTOS)

En este apartado se exponen los aspectos de las proposiciones cuya cuantificación depende de un juicio de valor de acuerdo con los criterios de ponderación siguientes. Con la apertura del SOBRE 2, cuyo contenido es la DOCUMENTACIÓN TÉCNICA, se procederá a valorar los aspectos descritos en este apartado:

² Criterios OBJETIVOS sujetos a evaluación posterior (económicos y no económicos)

³ Criterios SUBJETIVOS NO ECONÓMICOS, sujetos a evaluación previa que dependen de un juicio de valor.

- **CALIDAD TÉCNICA DE LA SOLUCIÓN PROPUESTA: HASTA 25 PUNTOS**

Calidad de la propuesta técnica: hasta un máximo de 25 puntos distribuidos en los siguientes apartados:

Se atenderá al cumplimiento de las características genéricas y específicas mínimas exigidas en el apartado 5 de prescripciones técnicas este Documento, exigiéndose una estructura de la propuesta que facilite dicha valoración.

Para la consecución de estos objetivos se evaluarán los siguientes aspectos:

CRITERIOS	ASPECTO VALORADO	Puntuación
SUBJETIVOS NO ECONÓMICOS DE EVALUACIÓN PREVIA (evaluable en el SOBRE 2)	Plan de Comunicación y Márketing: - Propuesta de plan de comunicación y adaptación de contenido del programa a la ejecución en formato online (actuaciones, copias, slogans para prensa, RRSS...) - Gestión de Contenidos y Metodología: contiene la mecánica y enfoque estratégico del Plan que se desarrollará en distintas actuaciones. - Detalle de las actuaciones por beneficiario - Detalle de las actuaciones por actividad - Presupuesto indicativo de aplicación de las medidas previstas - Resultados esperados de las medidas de publicidad, difusión y seguimiento de los indicadores - Definición de hitos y entregables - Cronograma de actividades del plan detallado - Requerimientos formales y obligaciones legales del FEDER y del POCTEP	Hasta 6 puntos
	2.- Manual de imagen corporativa: - Elaboración de una Imagen de Identidad Corporativa con calidad estética como marca Institucional y que tenga una simbología relacionada con el Proyecto. - Elaboración y desarrollo de un Manual de Identidad Corporativa que establezca el uso y aplicación de la imagen. Dicho Manual será claro, práctico y didáctico y contendrá el desarrollo gráfico y técnico de la imagen, así como indicaciones para su utilización además de incluir todo lo desarrollado en la identidad visual y verbal. El Manual contribuirá a una gestión rigurosa e integral de dicha imagen aportando coherencia y estructura. - Definir directrices para el uso e incorporación de la imagen corporativa en el Proyecto. - Análisis visual de la imagen corporativa.	Hasta 6 puntos

	• Un eslogan/mensaje teniendo en cuenta las finalidades del Proyecto. • Requerimientos formales y obligaciones legales del FEDER y del POCTEP	
	3.- Diseño y creación del sitio Web 3.1 Diseño y creación del portal con imagen corporativa (sliders, banners, newsletters, etc..) • Transmitir la esencia del proyecto. • Ser una Web atractiva enfocada a las empresas, • Resaltar los espacios portuarios del territorio POCTEP recogiendo la máxima información sobre los espacios portuarios localizados en el área de intervención del NEXOMAR • Importancia del uso de las imágenes para mejorar la comunicación con los usuarios y fortalecer los contenidos. • Manejo del web intuitivo, pensando cuál sería el recorrido que harían la mayoría de los visitantes y qué les puede interesar.	Hasta 6 puntos
	4.- Gestión del Plan de Comunicación y Márketing: • La propuesta debe tener calidad técnica y detalle de la metodología. Así como esquema y cronograma de trabajo • Organización, cualificación y experiencia del personal	Hasta 7 puntos
DOCUMENTACIÓN A PRESENTAR PARA VALORAR ESTE CRITERIO: PROPUESTA TÉCNICA SEGÚN LO ESTABLECIDO EN ESTE DOCUMENTO. INCLUIR LA DOCUMENTACIÓN EN EL SOBRE 2 ETIQUETADO: SOBRE Nº2 -Acciones de comunicación y Márketing que el Proyecto NEXOMAR utilizará para alcanzar sus resultados		

La inclusión por parte del licitador de información relativa a los criterios de adjudicación objetiva (evaluables automáticamente o mediante la aplicación de fórmulas), reservada para el sobre nº 3, en sobre distinto a éste, podrá acarrear la exclusión automática de la oferta del licitador en la fase de valoración de ofertas, al infringir este hecho los principios de igualdad de trato y de no discriminación y el principio de secreto de las proposiciones exigido en el artículo 139.2 de la LCSP.

9.2. CRITERIOS EVALUABLES AUTOMATICAMENTE O MEDIANTE LA APLICACIÓN DE FÓRMULAS: HASTA 75 PUNTOS.

NO ECONÓMICOS. Con un máximo de 26 puntos.

a) **COMPROMISO DE REDUCCIÓN DEL PLAZO MÁXIMO DE ENTREGA DEL PLAN DE COMUNICACIÓN Y MÁRKETING, DE LA IMAGEN CORPORATIVA Y DEL DISEÑO Y CREACIÓN DE LA WEB DEL PROYECTO.** Se valorará automáticamente con un máximo de 6 puntos

Dada la urgencia para el comienzo del proyecto y con el fin de comenzar las acciones de forma inmediata, se concederán automáticamente 6 puntos a la empresa que presente compromiso de reducción del plazo de entrega del Plan de Comunicación y Márketing, de la Imagen Corporativa y del Diseño y Creación de la web del proyecto.

Este documento establece como-plazos parciales de obligado cumplimiento los siguientes:

- Plan de Comunicación y Márketing hasta el 20 de mayo de 2024
- Manual de Identidad Corporativa hasta el 20 de mayo de 2024
- Diseño y creación del sitio Web hasta el 20 de mayo de 2024

La mejora de estos plazos parciales será objeto de puntuación objetiva:

- ☐ 2 puntos si la empresa participante se compromete a reducir el plazo de entrega del **Manual de Imagen Corporativa** en diez días, de forma que el plazo de entrega será el 10 de mayo del año en curso.
- ☐ 2 puntos si la empresa participante se compromete a reducir el plazo de entrega de **Plan de Comunicación y Marketing** en una semana, de forma que el plazo de entrega será el 13 de mayo del año en curso.
- ☐ 2 puntos si la empresa participante se compromete a reducir el plazo de entrega del **Diseño y creación de la web del proyecto** en una semana, de forma que el plazo de entrega será el 13 de mayo del año en curso.

El compromiso al que se refiere este apartado será aportado cumplimentando el modelo incluido en **ANEXO III**

b) **CUALIFICACIÓN Y EXPERIENCIA DEL PERSONAL ADSCRITO AL CONTRATO:** Se valorará con un máximo de 10 puntos.

Para concurrir a la licitación convocada se ha requerido contar con un equipo técnico concreto para la ejecución del servicio, en los términos descritos en el apartado relativo a la solvencia técnica, convencidos de la necesidad de tener un capital humano con una experiencia profesional lo suficientemente amplia que garantice el éxito del desarrollo del servicio.

No obstante lo anterior, y para dotar a dicho servicio de la mayor calidad posible en los plazos con los que se cuenta para su ejecución, se entiende como valor añadido la notoria experiencia relacionada con el objeto del servicio, que se pueda aportar al equipo técnico, por lo que se potencia la calidad del mismo cuantificando y puntuando una experiencia mayor a la mínima exigida para la solvencia.

De esta forma, se valorará la cualificación y experiencia del equipo de trabajo por encima de los requisitos mínimos establecidos para cumplir la solvencia técnica o profesional, hasta un máximo de 10 puntos.

La solvencia técnica exige un mínimo de 4 años de experiencia del director del Proyecto en dirección de proyectos de comunicación, 3 años para los dos técnicos en periodismo y/o publicidad, 3 años para el técnico en Diseño Gráfico y Márketing Digital, 3 años para el técnico en desarrollo de proyectos web, y 3 años para el técnico analista/programador.

La mejora de esta experiencia por encima del mínimo exigido para cada perfil y categoría será valorada en este apartado.

Para la valoración de la cualificación del equipo de trabajo se aplicarán los siguientes criterios:

PERFIL	CONSIDERACIONES
Responsable Director de Proyecto (Hasta 4 puntos)	<u>Hasta 3 puntos</u> (1 punto por cada año de experiencia extra en la dirección de proyectos de comunicación por encima del mínimo exigido en la solvencia técnica.) <u>1 punto</u> (Acreditada experiencia en la comunicación de al menos un Proyecto Transfronterizo Europeo)
2 técnicos en periodismo y/o publicidad (Hasta 3 puntos)	<u>Hasta 3 puntos</u> (1 punto por cada año de experiencia extra en servicios similares al objeto de la adjudicación en medios y/o agencias de comunicación y/u otras entidades por encima del mínimo exigido en la solvencia técnica.)
1 técnico en Diseño Gráfico y Márketing Digital (Hasta 1 puntos)	<u>Hasta 1 punto</u> (1 punto por cada año de experiencia extra en diseño gráfico y Márketing digital por encima del mínimo exigido en la solvencia técnica.)
1 técnico en desarrollo de proyectos web (Hasta 1 puntos)	<u>Hasta 1 punto</u> (1 punto por cada año de experiencia extra en en gestión de proyectos de web por encima del mínimo exigido en la solvencia técnica.)
1 técnico analista/programador (Hasta 1 puntos)	<u>Hasta 1 punto</u> (1 punto por cada año de experiencia extra como informático/programador por encima del mínimo exigido en la solvencia técnica.)

c) REDACCIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIÓN Y DEL MANUAL DE IMAGEN CORPORATIVA DEL PROYECTO EN EL IDIOMA PORTUGUÉS ADEMÁS DEL CASTELLANO. Se valorará automáticamente con un máximo de 10 puntos

Deberá elaborarse un Plan de Comunicación y Márketing y un Manual de Identidad Corporativa que recoja los diferentes elementos y actuaciones de comunicación del proyecto NEXOMAR y que responda a las previsiones del programa POCTEP.

De esta forma, siendo unos instrumentos al servicio del proyecto, y siendo una de las lenguas oficiales del proyecto el castellano, ésta es la lengua en la que deberá estar redactado. No obstante lo anterior, puesto que las actividades de comunicación pueden ser llevadas a cabo en

el otro idioma oficial, se valorará la redacción en portugués además del castellano, con 10 puntos

Para que los aspectos comprendidos en este apartado (letras a, b, c y d) a los que se comprometan las empresas participantes sean puntuados, será imprescindible la presentación de una declaración responsable del representante legal de la empresa que recoja el compromiso expreso de realización de estos, de acuerdo con el modelo del ANEXO III.

CRITERIOS ECONÓMICOS: Hasta 49 puntos

El precio ofertado: El criterio del precio ofertado se acreditará por la simple expresión en la oferta. El peso en la valoración será del 49% (hasta 49 puntos).

En la oferta deberá especificarse tanto el presupuesto máximo o precio total como un desglose de éste, si bien a la hora de valorarlo se tendrá en cuenta el presupuesto máximo o precio total sin IVA.

Obtendrá mejor puntuación la propuesta económicamente más ventajosa, que será la que mayor número de puntos acumule. En todo caso, el Consejo Andaluz de Cámaras se reserva el derecho a declarar desierto el procedimiento de contratación salvo que exista una oferta o proposición admisible y sin perjuicio de los casos en que proceda renunciar o desistir del mismo.

1. Regla para la valoración del precio.

Para la valoración del precio se aplicará la siguiente fórmula:

$$P = \frac{X * \min}{\text{of}}$$

Donde P es la puntuación obtenida.

X es la máxima cantidad que puntos que pueden obtenerse en este apartado

min es la oferta más baja de entre todas las presentadas.

Of es la oferta correspondiente al licitador que se valora

9.3. CRITERIOS DE DESEMPATE

En caso de empate en la puntuación obtenida por dos o más licitadores, éste se resolverá mediante la aplicación por orden de los siguientes criterios sociales referidos al momento de finalizar el plazo de presentación de ofertas:

- a) Mayor porcentaje de trabajadores con discapacidad o en situación de exclusión social en la plantilla de cada una de las empresas, primando en caso de igualdad, el mayor número de trabajadores fijos con discapacidad en plantilla, o el mayor número de personas trabajadoras en inclusión en la plantilla.
- b) Menor porcentaje de contratos temporales en plantilla de cada una de las empresas.
- c) Mayor porcentaje de mujeres empleadas en la plantilla de cada una de las empresas.
- d) El sorteo, en caso de que la aplicación de los anteriores criterios no hubiera dado lugar al

desempate.

La documentación acreditativa de los criterios de desempate a que se refiere el presente apartado será aportada por los licitadores en el momento que se produzca el empate y no con carácter previo.

9.4. OFERTAS ANORMALMENTE BAJAS

El criterio económico será tomado en consideración a efectos de apreciar, en su caso, que la proposición no puede ser cumplida como consecuencia de ofertas desproporcionadas o anormales. En el resto de los aspectos objeto de valoración a efectos de la adjudicación, no se ha encontrado influencia alguna para determinar comparativamente si una oferta incurre en casusa de anormalidad. Por todo ello, a tal efecto, se considerarán ofertas anormalmente bajas aquellas proposiciones que se encuentren en algunos de los siguientes supuestos:

- a) Cuando, concurriendo un solo licitador, sea inferior al presupuesto base de licitación⁴ en más de 25 unidades porcentuales.
- b) Cuando concurren dos licitadores, la que sea inferior en más de 20 unidades porcentuales a la otra oferta.
- c) Cuando concurren tres licitadores, las que sean inferiores en más de 10 unidades porcentuales a la media aritmética de las ofertas presentadas. 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.
- d) Cuando concurren cuatro o más licitadores, las que sean inferiores en más de 10 unidades porcentuales a la media aritmética de las ofertas presentadas. No obstante, si entre ellas existen ofertas que sean 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 sobre las tres ofertas de menor cuantía.

Cuando se identifique una proposición que se encuentre incurso en presunción de anormalidad, se dará audiencia al licitador que la haya presentado para que, en un plazo máximo de 72 horas a contar desde el día siguiente a dicha notificación (sin contar sábados y festivos), justifique y desglose razonada y detalladamente el bajo nivel de precios, o de costes, o cualquier otro parámetro en base al cual se haya definido la anormalidad de la oferta, mediante la presentación de aquella información y documentación que resulten pertinentes a estos efectos. En particular, deberá presentar la justificación de los bajos costes en lo que se refieren a los siguientes valores:

- a) El ahorro que permita el procedimiento de fabricación, los servicios prestados o el método de construcción,
- b) Las soluciones técnicas adoptadas y las condiciones excepcionalmente favorables que disponga para ejecutar la prestación,
- c) La innovación y la originalidad de las soluciones propuestas,

⁴ A los efectos de la Ley de Contratos, el presupuesto base de licitación se entenderá el límite máximo del gasto que en virtud del contrato puede comprometer el órgano de contratación, incluido el impuesto sobre el valor añadido (artículo 100.1).

- d) El respeto de obligaciones que resulten aplicables en materia medioambiental, social o laboral, y de subcontratación, no siendo justificables precios por debajo de mercado.
- e) O la posible obtención de una ayuda de Estado.

Esta actuación podrá realizarla directamente el órgano de contratación, si fuera necesario, levantando la correspondiente acta.

El área gestora que promueva la contratación evaluará toda la información y documentación proporcionada por el licitador en plazo y, elevará de forma motivada la correspondiente propuesta de aceptación o rechazo al órgano de contratación. De considerar el órgano de contratación que efectivamente la oferta es anormalmente baja podrá determinar su exclusión. En todo caso, se rechazarán las ofertas si se comprueba que son anormalmente bajas porque vulneran la normativa sobre subcontratación o no cumplen las obligaciones aplicables en materia medioambiental, social o laboral, nacional o internacional, incluyendo el incumplimiento de los convenios colectivos sectoriales vigentes.

Asimismo, se entenderá en todo caso que la justificación no explica satisfactoriamente el bajo nivel de los precios o costes propuestos por el licitador cuando esta sea incompleta o se fundamente en hipótesis o prácticas inadecuadas desde el punto de vista técnico, jurídico o económico.

Cuando el licitador que hubiese estado en presunción de anormalidad resultara adjudicatario de la licitación, el Consejo Andaluz de Cámaras establecerá los mecanismos adecuados para realizar el seguimiento pormenorizado de la ejecución del mismo, con el objetivo de garantizar la correcta ejecución del contrato sin que produzca una merma en la calidad de los servicios contratados.

10. ASPECTOS LEGALES

10.1. RÉGIMEN JURÍDICO APLICABLE AL CONTRATO

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 2.2 de la Ley 4/2014, de 1 de abril, Básica de Cámaras, Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación, y artículo 2.3 de la Ley 4/2019, de 19 de noviembre, de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Andalucía. la contratación y el régimen patrimonial de las Cámaras se regirá por el Derecho privado y habilitando un procedimiento que garantice las condiciones de publicidad, transparencia y no discriminación.

Dado el origen comunitario de los fondos aplicables, este contrato deberá también someterse a las disposiciones de la Unión Europea.

El procedimiento de contratación se regirá por las Instrucciones Internas de Contratación del Consejo Andaluz de Cámaras, publicadas en el perfil de contratante de la Corporación.

En todo caso, el contrato que el Consejo Andaluz de Cámaras suscriba con el contratista tendrá carácter privado.

10.2. JURISDICCIÓN COMPETENTE

En cuanto a la resolución de posibles controversias, el orden jurisdiccional civil será el competente para resolver cualquier cuestión relativa a la preparación, adjudicación, validez, eficacia, interpretación, cumplimiento y extinción del contrato.

Las partes, con renuncia expresa a su propio fuero, si lo hubiere, se someten expresamente a los juzgados y tribunales de Sevilla capital.

10.3. PROTECCIÓN DE DATOS DE CARÁCTER PERSONAL

Los datos personales de las personas de contacto y del equipo de trabajo facilitados por los licitadores serán tratados por el Consejo Andaluz de Cámaras con la finalidad de llevar a cabo las comunicaciones y valoraciones que deban realizarse en el marco de la presente licitación.

Los licitadores deberán cumplir con el deber de información con respecto a sus empleados cuyos datos personales sean comunicados al Consejo Andaluz de Cámaras para los fines anteriormente indicados.

La base jurídica que legitima el tratamiento de los referidos datos es la necesidad de valoración de las ofertas y el posterior control de la ejecución del contrato con el adjudicatario, y justificación de la subvención o ayuda que concede los fondos para esta actuación.

La empresa adjudicataria y su personal están obligados a guardar secreto profesional respecto a los datos de carácter personal de los que puedan tener conocimiento por razón de la prestación del contrato, obligación que subsistirá aún después de la finalización del mismo, en los términos establecidos en la normativa que resulte de aplicación en materia de protección de datos.

El adjudicatario deberá formar e informar a su personal de las obligaciones que en materia de protección de datos estén obligados a cumplir en el desarrollo de sus tareas para la prestación del contrato, en especial las derivadas del deber de secreto, respondiendo la empresa adjudicataria personalmente de las infracciones legales en que por incumplimiento de sus empleados se pudiera incurrir.

Si el contrato adjudicado implica el tratamiento de datos de carácter personal en la ejecución del mismo se deberá respetar el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo de 27 de abril de 2016 por el que se deroga la Directiva 95/46/CE (Reglamento general de protección de datos) y la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales y su normativa de desarrollo en lo que proceda.

10.4. CONFIDENCIALIDAD

El adjudicatario ejecutará el contrato en los términos previstos en las presentes Condiciones

Básicas de Contratación y en el contrato, realizando de manera competente y profesional el objeto de éste, cumpliendo los niveles de calidad exigidos.

Toda la información o documentación que el adjudicatario obtenga del Consejo Andaluz de Cámaras o de otros agentes para la ejecución del contrato, y en ejecución del mismo, tendrá carácter confidencial y no podrá ser comunicada a terceros sin el consentimiento previo y por escrito.

El adjudicatario será responsable del cumplimiento de las obligaciones de confidencialidad del personal a su servicio y cualesquiera personas o entidades que sean colaboradoras o subcontratadas por él.

El adjudicatario se compromete a mantener durante la vigencia del contrato y tras la finalización del mismo, el secreto y la confidencialidad de cuantos datos e informaciones obtenga del Consejo Andaluz de Cámaras o en virtud de los servicios que le son contratados, asumiendo dicha responsabilidad ante el Consejo Andaluz de Cámaras y respecto de todo el personal que intervenga en los mismos. Asimismo, se compromete a cumplir las exigencias que impone el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo de 27 de abril de 2016, por el que se deroga la Directiva 95/46/CE (Reglamento general de protección de datos) la Ley Orgánica, 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales y su normativa de desarrollo en lo que proceda.

A tal efecto, el adjudicatario informará a su personal y colaboradores de las obligaciones de confidencialidad y protección de datos, que serán de obligado cumplimiento para aquellos, quienes suscribirán con el Consejo Andaluz de Cámaras los compromisos necesarios con el fin de asegurar el cumplimiento de tales obligaciones.

El Consejo Andaluz de Cámaras no podrá divulgar la información facilitada por los licitadores que estos hayan declarado confidencial en el momento de presentar su oferta y se refiera a secretos técnicos o comerciales a los aspectos reservados de las ofertas o a otras informaciones cuyo contenido pueda ser utilizado para falsear la competencia. Este deber de confidencialidad no podrá extenderse a todo el contenido de la oferta del adjudicatario ni a todo el contenido de los informes y documentación que, en su caso, genere el órgano de contratación en el curso del procedimiento de licitación, ni podrá impedir la divulgación pública de determinados aspectos no confidenciales de los contratos en los casos que la misma resulta legalmente exigible.

10.5. CESIÓN DE DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL

Pertenecerán al Consejo Andaluz de Cámaras, en exclusiva, todos los derechos de explotación de los trabajos desarrollados por el adjudicatario con ocasión de la realización del objeto del contrato que se formalice, incluyendo el derecho de uso, reproducción, transformación, distribución, comunicación pública y puesta a disposición a través de Internet. Dichos derechos se ejercerán a nivel mundial, y durante el máximo periodo de protección de los derechos de

autor, para todo tipo de soportes, en cualquier formato, e idioma, y con los efectos que las leyes determinen.

10.6. SUBCONTRATACIÓN

Las empresas que pretendan subcontratar parte de las prestaciones reguladas en las presentes Condiciones Básicas de Contratación deberán hacer constar dicha circunstancia en su propuesta (**ANEXO IV**), indicando la parte de las prestaciones que se propongan subcontratar a terceros, así como los subcontratistas propuestos, que deberán certificar documentalmente la existencia de tales acuerdos.

La celebración de los subcontratos estará sometida al cumplimiento de los siguientes requisitos:

- I. Que el contratista haya informado en su oferta al Consejo Andaluz de Cámaras previamente y por escrito de la parte del contrato que tenga previsto subcontratar, señalando el nombre o perfil empresarial, definido por referencia a las condiciones de solvencia profesional o técnica de los subcontratistas a los que vaya a encomendar su realización.
- II. En todo caso, el contratista deberá comunicar por escrito, tras la adjudicación del contrato y, a más tardar, cuando se inicie la ejecución de este, al órgano de contratación, la intención de celebrar subcontratos, señalando la parte de la prestación que se pretende subcontratar y la identidad, datos de contacto y representante o representantes legales del subcontratista, y justificando suficientemente la aptitud de este para ejecutarla por referencia a los elementos técnicos y humanos de que se dispone y a su experiencia, y acreditando que el mismo no se encuentra incurso en prohibición de contratar a las que se refiere el artículo 71 de la LCSP.
El contratista principal deberá notificar por escrito al Consejo Andaluz de Cámaras cualquier modificación que sufra esta información durante la ejecución del contrato principal, y toda la información necesaria sobre los nuevos subcontratistas.
- III. Los subcontratos que no se ajusten a los indicado en la oferta, por celebrarse con empresarios distintos de los indicados nominativamente en la misma o por referirse a partes de la prestación diferentes a las señaladas en ella, no podrán celebrarse hasta que transcurran veinte días desde que se hubiere cursado la notificación y aportado las justificaciones a que se refiere el apartado anterior, salvo que con anterioridad hubiesen sido autorizados expresamente, siempre que el Consejo Andaluz de Cámaras no hubiese notificado dentro de este plazo su oposición a los mismos.

La infracción de las condiciones para proceder a la subcontratación, así como la falta de acreditación de la aptitud del subcontratista, tendrá, entre otras, alguna de las siguientes consecuencias:

- a) La imposición al contratista de una penalidad de hasta el 50% del importe del subcontrato.
- b) La resolución del contrato.

Los subcontratistas quedarán obligados sólo ante el contratista, que asumirá, por tanto, la total

responsabilidad de la ejecución total del Contrato frente al Consejo Andaluz de Cámaras.

El contratista se obliga a abonar a los subcontratistas el pago del precio en los términos y plazos pactados. Los subcontratistas no podrán reclamar al Consejo Andaluz de Cámaras en ningún caso, el incumplimiento de pago por parte del contratista.

El conocimiento que tenga el Consejo Andaluz de Cámaras de los subcontratos celebrados en virtud de lo establecido en esta Condición no alterará la responsabilidad exclusiva del contratista.

En ningún caso podrá concertarse por el contratista la ejecución parcial del contrato con personas inhabilitadas para contratar de acuerdo con el ordenamiento jurídico o comprendidas en alguno de los supuestos del artículo 71 de la LCSP.

El contratista deberá informar a los representantes de los trabajadores de la subcontratación, de acuerdo con la legislación laboral.

10.7. MEDIOS TÉCNICOS Y HUMANOS DE LA EMPRESA ADJUDICATARIA

El adjudicatario declara que cuenta con una organización propia y estable, viabilidad económica y medios materiales y personales necesarios para el desarrollo de la actividad contratada.

El adjudicatario se compromete a asignar al servicio objeto de las presentes Condiciones Básicas de Contratación, los medios técnicos y personales necesarios para la correcta realización del servicio.

El personal que el adjudicatario asigne para la prestación de este servicio estará compuesto por profesionales expertos en la realización de las funciones específicas que deban desarrollar, asumiendo el adjudicatario total responsabilidad respecto a la selección y formación de estos profesionales para la correcta prestación del servicio.

La descripción del equipo de profesionales que la empresa vaya a asignar al servicio deberá ser detallada en la oferta, incluyendo el Curriculum Vitae que se ofrece según el modelo previsto en el **ANEXO VI**. Esta información se adjuntará en el **SOBRE3**, en el que se incluirá debidamente cumplimentada y firmada la declaración responsable cuyo modelo puede encontrarse en el **ANEXO III** al que se añadirá el referido **ANEXO VI** (modelo de curriculum).

El equipo encargado de la ejecución de los trabajos estará integrado por los **perfiles descritos en la Cláusula 4.7. b) de este Documento**.

El equipo encargado de la ejecución de los trabajos tendrá la consideración de obligación contractual esencial a los efectos de lo dispuesto en la **CONDICIÓN 11 letra g)** de este documento.

10.8. RESPONSABLE DEL CONTRATO

El Órgano de Contratación designará un responsable del contrato, al cual le podrá atribuir las funciones de coordinar, supervisar y controlar su ejecución y adoptar las decisiones y dictar las instrucciones necesarias con el fin de asegurar la correcta ejecución pactada.

11. RESOLUCIÓN DEL CONTRATO

Son causas expresas de resolución del contrato, sin carácter exhaustivo o excluyente, las siguientes:

- a) La muerte o incapacidad sobrevenida del contratista individual o la extinción de la personalidad jurídica de la sociedad contratista.
- b) El mutuo acuerdo entre el Consejo Andaluz de Cámaras y el contratista.
- c) En el caso de que durante la ejecución del contrato, y como consecuencia de actuaciones de terceros, la ejecución del contrato deviniera técnica o económicamente inviable, procederá, a juicio razonado del Consejo Andaluz de Cámaras, la resolución del contrato, abonándose al contratista exclusivamente por los trabajos encargados por el Consejo Andaluz de Cámaras y efectivamente ejecutados por el contratista hasta el momento en que el Consejo Andaluz de Cámaras acuerde la resolución, sin que por tal motivo proceda indemnización o reclamación de cualquier índole por parte del contratista al Consejo Andaluz de Cámaras.
- d) La demora por el contratista en el cumplimiento del plazo de ejecución de los trabajos objeto del contrato.
- e) La imposibilidad de ejecutar la prestación en los términos inicialmente pactados, cuando no sea posible modificar el contrato.
- f) 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.
- g) El incumplimiento de las restantes obligaciones contractuales esenciales. Se entiende por obligaciones contractuales esenciales todas aquellas derivadas de compromisos objeto de valoración que hayan servido para la obtención de puntuación en la licitación, y la efectiva adscripción a la ejecución del contrato, de los medios personales descritos como equipo técnico en la solvencia profesional, así como las mencionadas en el pliego en relación al cumplimiento de la normativa nacional y de la Unión Europea sobre protección de datos.

El acaecimiento de cualquiera de estas causas, en los términos establecidos, facultará al Consejo Andaluz de Cámaras para dar por resuelto el contrato, con la indemnización de daños y perjuicios y demás efectos que procedan a su favor conforme a estas Condiciones Básicas de Contratación y a la normativa aplicable, pudiendo, además, optar por la ejecución subsidiaria, realizando las obligaciones incumplidas o continuando la ejecución de los trabajos por sí o a través de las personas o empresas que determine, a costa del contratista.

12. PRESENTACIÓN DE PROPOSICIONES

12.1. FORMA Y CONTENIDO DE LAS PROPOSICIONES

Las proposiciones constarán de **TRES (3) SOBRES**, cerrados y firmados por el licitador o persona que lo represente, debiendo figurar en el exterior de cada uno de ellos el nombre del expediente al que licita, el nombre y apellidos del licitador o razón social de la empresa, su correspondiente NIF, dirección postal, correo electrónico, teléfono, fax, nombre del representante legal y nombre de la persona de contacto. En su interior se hará constar una relación numérica de los documentos que contienen.

- **SOBRE Nº 1:** Documentación acreditativa de los requisitos previos, según se detalla en el **ANEXO II**.
- **SOBRE Nº 2:** Documentación técnica para valorar los criterios evaluables mediante juicios de valor (no podrán tener contenido económico ni información relativa a los criterios evaluables mediante fórmulas). Los licitadores presentarán en este Sobre 2 una propuesta técnica, con el siguiente contenido:

Plan de Comunicación y Márketing:

- 1. *Propuesta de plan de comunicación y adaptación de contenido del programa a la ejecución en formato online (actuaciones, copies, slogans para prensa, RRSS...)*
- 2. *Gestión de Contenidos y Metodología: contiene la mecánica y enfoque estratégico del Plan que se desarrollará en distintas actuaciones.*
- 3. *Detalle de las actuaciones por beneficiario*
- 4. *Detalle de las actuaciones por actividad*
- 5. *Presupuesto indicativo de aplicación de las medidas previstas*
- 5. *Resultados esperados de las medidas de publicidad, difusión y seguimiento de los indicadores*
- 6. *Definición de hitos y entregables*
- 7. *Cronograma de actividades del plan detallado*
- 8. *Requerimientos formales y obligaciones legales del FEDER y del POCTEP*

Manual de Imagen Corporativa

- 1. *La marca, logotipo*
- 2. *Contrucción y aplicación*
- 3. *Uso alternativo del logotipo*
- 4. *El color*
- 5. *Usos incorrectos*
- 6. *Tipografía*
- 7. *Papelería comercial*
- 8. *Publicidad*
- 9. *Redes sociales*
- 10. *Anuncios de prensa*

Diseño y Creación del sitio Web del Proyecto NEXOMAR

- Alojamiento de la Web de NEXOMAR
- Idiomas de la Web
- Sistema de gestión de contenidos (CMS)
- Integración de funcionalidades 2.0
- Grupos de usuarios
- Publicador múltiple
- Avisos legales
- Optimizado para un alto rendimiento y velocidad
- Optimizada con diseño responsive
- Buscador eficiente
- Sistema de Gestión de Eventos e Inscripciones
- Integración con una cuenta de Google.
- Etc

Gestión del Plan de Comunicación y Márketing que el Proyecto utilizará para alcanzar sus resultados

- **Resumen ejecutivo**

Descripción del enfoque de la Gestión, puntos más representativos de la propuesta realizada, valor añadido que proporciona y elementos diferenciadores.

- **Plan de la Gestión: Propuesta Técnica**

Descripción detallada de los trabajos a desarrollar

Contenido detallado de la propuesta de prestación del servicio adaptado a las prescripciones incluidas en el apartado V. Prescripciones Técnicas, incluyendo la relación de las actividades y desarrollos que se pretenden llevar a cabo, así como medios propuestos para la ejecución de los mismos.

El número máximo de folios admitido para la parte técnica de la propuesta es de 80 impresos a una sola cara en tamaño A4 (ó 40 impresos a doble cara). Calibri 11, interlineado 1,15. Lo que se incluya a partir de la página 81, no será objeto de valoración. Además, se deberá entregar copia en soporte digital de la Proposición técnica al objeto de facilitar su posterior análisis por el equipo del Consejo Andaluz de Cámaras

- **SOBRE Nº 3:** Proposición económica y criterios objetivos (**ANEXO III**) Se incluirá también **ANEXO IV Declaración de Subcontratación, y ANEXO VI.**

La documentación de los SOBRES se presentará tanto en soporte papel como en soporte informático. **La inclusión de información económica o relativa a criterios automáticos en los Sobres Nº1 ó Nº 2 dará lugar a la inadmisión de la proposición presentada por el licitador.** Por tanto hay que estimar la precaución al incorporar en cada sobre correspondiente la documentación digitalizada.

Por tanto, cada sobre se identificará con la siguiente leyenda:

- Expte. Nº/.....
- Objeto: Servicios de.....

- Dirigido a:

Con el fin de poder notificar cualquier incidencia, se ruega a los licitadores que incluyan en el exterior del sobre la siguiente información

Licitador:

Dirección postal:

Correo electrónico:

Teléfono:

Fax:

Nombre del representante legal:

Nombre de la persona de contacto:

Los licitadores deberán identificar, de entre la información incluida en su oferta, aquella que por su naturaleza deba ser declarada confidencial sin que pueda realizarse una referencia genérica a la totalidad de su oferta.

12.2. LUGAR Y PLAZO DE PRESENTACIÓN

Las proposiciones deberán entregarse, en el registro de la sede del Consejo Andaluz de Cámaras, en la Avda. San Francisco Javier, 9, Edificio Sevilla 2, Planta Baja, Módulo 9, 41018, Sevilla.

Horario oficial de Registro: Lunes a viernes de 08:30 a 14:00 horas

Fecha límite de presentación: La fecha límite de presentación de ofertas se indicará en el anuncio de esta licitación que se publicará en el perfil del contratante del Consejo Andaluz de Cámaras.

12.3. OTRAS CUESTIONES A TENER EN CUENTA

- La presentación de proposiciones supone por parte de los candidatos, la aceptación incondicional de las Condiciones Básicas de Contratación que rigen el presente contrato, sin salvedad alguna.
- No podrá presentarse más de una proposición por candidato, considerándose incluidas en este supuesto las presentadas por dos entidades integrantes de un mismo grupo empresarial en el que una de ellas ejerza el control sobre la otra, en los términos previstos en la legislación mercantil. Tampoco podrá suscribir ninguna proposición en unión temporal con otros empresarios si lo ha hecho individualmente, o figurar en más de una unión temporal de empresarios. La contravención de esta prohibición dará lugar a la inadmisión de todas las proposiciones por él suscritas.
- Cuando las proposiciones se envíen por correo postal o a través de una empresa de mensajería, el licitador deberá en este caso justificar la fecha de imposición del envío y anunciar, dentro de las 24 horas siguientes, al Consejo Andaluz de Cámaras tal circunstancia mediante correo electrónico o fax.

- A estos efectos se entenderá como la única habilitada para recibir tal anuncio, el Consejo Andaluz de Cámaras, cuyo fax es el (+34 954 218 645) y el correo electrónico camarasandalucia@camarasandalucia.org

Transcurridos los siete días naturales siguientes a la fecha de finalización del plazo de presentación de ofertas sin haberse recibido en la sede del Consejo Andaluz de Cámaras la proposición, ésta no será admitida en ningún caso.

Acompañando a los tres sobres se adjuntará el modelo de presentación de oferta fijado en el **ANEXO I**.

Sin excepción, las declaraciones y/o anexos que se mencionan en las presentes Condiciones Básicas de Contratación serán firmadas por el representante de la empresa licitadora que formula su oferta, pudiendo utilizar la firma electrónica.

13. ACLARACIONES SOBRE LAS PRESENTES CONDICIONES BÁSICAS DE CONTRATACIÓN Y SOBRE LAS OFERTAS PRESENTADAS

A fin de aclarar las dudas que pudieran suscitarse en relación con cualquier de las condiciones de este documento, el Consejo Andaluz de Cámaras pone a disposición de todos los interesados en tomar parte de la licitación la siguiente dirección de correo electrónico: camarasandalucia@camarasandalucia.org. Para ello deberá hacerse expresa mención al número del procedimiento.

El Consejo Andaluz de Cámaras podrá recabar la información sobre aquellos aspectos incompletos, dudosos o defectuosos, referidos a errores u omisiones materiales, que puedan observarse en la proposición presentada por los licitadores, quienes efectuarán las aclaraciones o subsanarán los defectos en un plazo máximo de tres (3) días hábiles a partir del siguiente a la notificación de los mismos. Dichas aclaraciones en ningún caso comportarán la modificación de la oferta presentada.

14. DOCUMENTACIÓN A APORTAR POR EL LICITADOR QUE PRESENTE LA MEJOR OFERTA CON CARÁCTER PREVIO A LA ADJUDICACIÓN

14.1. EN CASO DE PERSONA JURÍDICA ESPAÑOLA O COMUNITARIA

- Copia del DNI y poder del firmante del contrato.
- Certificados de Seguridad Social y Agencia Tributaria, de encontrarse al corriente del pago de sus obligaciones sociales y tributarias, actualizados en el momento de la presentación.

14.2. EN CASO DE SER PERSONA FÍSICA

- Copia del DNI.
- Certificados de Seguridad Social y Agencia Tributaria, de encontrarse al corriente del pago de sus obligaciones sociales y tributarias, actualizados en el momento de la presentación.
- Copia del alta en el IAE.

14.3. EN CASO DE SER PERSONA FÍSICA O JURÍDICA EXTRANJERA NO COMUNITARIA

Las personas físicas o jurídicas de Estados no pertenecientes a la Unión Europea o de Estados signatarios del Acuerdo sobre el Espacio Económico Europeo deberán justificar mediante informe que el Estado de procedencia de la empresa extranjera admite a su vez la participación de empresas españolas en la contratación con los entes del sector público asimilables a los enumerados en el artículo 3 de la LCSP, en forma sustancialmente análoga. Dicho informe será elaborado por la correspondiente Oficina Económica y Comercial de España en el exterior y se acompañará a la documentación que se presente.

En el Informe se hará 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.

14.4. EMPRESAS EXTRANJERAS:

Presentarán su documentación traducida de forma oficial al castellano.

Igualmente, el Consejo Andaluz de Cámaras podrá solicitar en este momento al candidato propuesto a la adjudicación, la documentación acreditativa de lo manifestado en la declaración responsable ANEXO II. En concreto podrá solicitar documentación necesaria para comprobar el conocimiento y la experiencia del equipo de trabajo propuesto, (certificaciones, cursos, información sobre participación en proyectos, etc.) relacionados con las materias en cuestión y/o curriculum.)

CAC/PC/___/202_

ANEXO I
MODELO DE PRESENTACIÓN DE OFERTA

Don/Dña....., con D.N.I. núm., mayor de edad, en nombre y representación de.....con C.I.F núm.....y domicilio en....., en su calidad de.....,

Declara que es conocedor/a de las Condiciones Básicas de Contratación que han de regir la contratación de los servicios descritos en __ (Expte. nº CAC/PC/___/20___), según procedimiento aprobado por el Consejo Andaluz de Cámaras, y aceptando íntegramente el contenido de estos:

a) Presenta la documentación exigida por las Condiciones Básicas de Contratación, en tres sobres cuyo contenido es el siguiente:

i. **Sobre 1:** “DOCUMENTACIÓN ACREDITATIVA DEL CUMPLIMIENTO DE LOS REQUISITOS PREVIOS” (La inclusión en este sobre de información económica o relativa a los criterios evaluables objetivamente podrá dar lugar a la inadmisión de la propuesta.), de acuerdo con el modelo del **ANEXO II**.

ii. **Sobre 2:** “DOCUMENTACIÓN VALORABLE MEDIANTE CRITERIOS CUYA CUANTIFICACIÓN DEPENDA DE JUICIO DE VALOR” (La inclusión en este sobre de información económica o relativa a los criterios evaluables objetivamente podrá dar lugar a la inadmisión de la propuesta.).

iii. **Sobre 3:** PROPOSICIÓN ECONÓMICA Y DEMÁS CRITERIOS VALORABLES MEDIANTE CRITERIOS CUANTIFICABLES DE FORMA AUTOMÁTICA. DECLARACIÓN DE SUBCONTRATACION, de acuerdo con el formato de los **ANEXOS III , IV y VI**.

b) Solicita que se tenga por presentada dicha documentación y por reconocida la condición de participante en este proceso de selección [a él mismo / a la sociedad...].

Asimismo, declara, que los documentos aportados son originales o copias auténticas de los mismos, y que la referida documentación es idéntica a la presentada en formato digital.

En....., a..... de..... de 202_

[Firma y rúbrica]

Datos de contacto:

- Teléfono y FAX:
- Dirección:
- E-mail:

CONSEJO ANDALUZ DE CÁMARAS OFICIALES DE COMERCIO, INDUSTRIA, SERVICIOS Y NAVEGACIÓN

CAC/PC/_/_/202_

ANEXO II

MODELO DECLARACIÓN RESPONSABLE

D/Dña.....con residencia en.....provincia de.....calle.....nº.....según D.N.I. nº....., mayor de edad, en nombre propio o en representación de la Empresa..... con domicilio social en....., y NIF Nº....., en calidad de....., al objeto de participar en el concurso para la contratación de los servicios deconvocado por el Consejo Andaluz de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación, y siendo conocedor/a de las Condiciones Básicas de la Contratación que han de regir el expediente CAC/PC/_/_/202_, según procedimiento aprobado por el Consejo Andaluz de Cámaras, y aceptado íntegramente el contenido de los mismos,

DECLARA BAJO SU PERSONAL RESPONSABILIDAD:

1. CAPADIDAD DE OBRAR Y PODER DE REPRESENTACIÓN

Que la empresa a la que representa está válidamente constituida y que conforme a su objeto social puede presentarse a la licitación, así como que el firmante de esta declaración ostenta la debida representación para la presentación de esta oferta.

En el caso de empresas no españolas de Estados miembros de la Unión Europea o Estados signatarios del Acuerdo sobre el Espacio Económico Europeo (retirar si no procede):

Que la empresa a la que representa, con arreglo a la legislación del Estado en que está establecida, se encuentra habilitada para realizar la prestación del objeto, así como que el firmante de esta declaración ostenta la debida representación para la presentación de la oferta.

2. PROHIBICIONES O INCOMPATIBILIDADES

Que la empresa a la que representa no está incurso en prohibición de contratar por sí misma ni por extensión como consecuencia del artículo 71.3 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público.

3. OBLIGACIONES TRIBUTARIAS Y CON LA SEGURIDAD SOCIAL

Igualmente declara que la citada empresa se encuentra al corriente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias y con la Seguridad Social, impuestas por las disposiciones vigentes, comprometiéndose, en caso de resultar la suya la mejor oferta para el Consejo Andaluz de Cámaras, a presentar, previo requerimiento, la justificación o acreditación de este requisito.

En el caso de empresas no españolas de Estados miembros de la Unión Europea o Estados signatarios del Acuerdo sobre el Espacio Económico Europeo (retirar si no procede):

Igualmente declara que la citada empresa se encuentra al corriente del cumplimiento de las obligaciones tributarias impuestas por las disposiciones vigentes en el Estado en el que esté establecida,

comprometiéndose, en caso de resultar la suya la mejor oferta para la Cámara de Comercio de España, a presentar previo requerimiento, la justificación o acreditación de este requisito.

4. SOLVENCIA ECONÓMICA

Que el volumen anual de negocios en el ámbito al que se refiere el contrato, referido al mejor ejercicio dentro de ellos tres últimos disponibles en función de las fechas de constitución o de inicio de actividades del licitador y de presentación de las ofertas, es igual o superior a **33.884,30 €**.

EJERCICIO	IMPORTE

5. SOLVENCIA TÉCNICA O PROFESIONAL

- A) Que los principales trabajos de igual o similar naturaleza que los que constituyen el objeto del contrato, realizados por la empresa a la que representa durante los tres últimos ejercicios en función de las fechas de constitución o de inicio de actividades del licitador y de presentación de las ofertas, fueros los siguientes:

FECHA	IMPORTE	OBJETO	NATURALEZA DEL DESTINATARIO (Pública o Privada)

Para ser admitido, el importe anual acumulado de estos trabajos en el año de mayor ejecución deberá ser igual o superior al valor estimado del contrato (33.884,30 €)

- B) Que cumple con lo exigido respecto del personal responsable de la ejecución del contrato, con los años de experiencia mínimos requeridos al equipo de trabajo en las presentes Condiciones Básicas de la Contratación. En concreto:
- 1 Director de Proyecto
 - 2 Técnicos licenciados en periodismo y/o publicidad
 - 1 técnico en Diseño Gráfico y Márketing Digital
 - 1 técnico en desarrollo de proyectos web
 - 1 técnico analista/programador

El Curriculum Vitae de cada uno de ellos de acuerdo con el modelo establecido en el **ANEXO VI** deberá incluirse en el **SOBRE 3**.

(Cuando el licitador sea una empresa de nueva creación (entendiendo por tal aquella que tenga una antigüedad inferior a cinco años), su solvencia técnica se acreditará por los medios a los que se refiere la letra B), anterior. En lo que se refiere a la letra A), la relación de trabajos será

únicamente de aquellos en que haya tenido actividad, sin que sean de aplicación los requisitos mínimos indicados en este apartado A))

6. MEDIOS EXTERNOS

Que para acreditar la solvencia económica y/o técnica de conformidad con lo previsto en el artículo 75 de la LCSP (señalar lo que proceda):

- ☐ No recurre a capacidades de otras empresas.
- ☐ Recurre a capacidades de las siguientes empresas, aportando por cada una de ellas modelo de compromiso de acuerdo (**ANEXO V**)

7. PLAN DE IGUALDAD (solo para empresas españolas de 50 o más trabajadores)

Que, conforme a lo dispuesto en el Real Decreto Ley 6/2019, de 1 de marzo, de medidas urgentes para garantía de igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres en el empleo y la ocupación y en el artículo 45 de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad de mujeres y hombres, cumple con la obligación de contar con un plan de igualdad.

8. CUMPLIMIENTO DE LA CUOTA DE RESERVA DE PUESTOS DE TRABAJO CON DISCAPACIDAD (solo para empresas españolas)

- 1) Que el número global de trabajadores de plantilla, así como el número particular de trabajadores con discapacidad es el siguiente

AÑO	
Nº TOTAL DE EMPLEADOS	
Nº DE TRABAJADORES CON DISCAPACIDAD	
PORCENTAJE DE TRABAJADORES CON DISCAPACIDAD	

- 2) Que en lo que respecta a la cuota de reserva de puestos de trabajo para personas con discapacidad (*marcar lo que corresponda*):

- ☐ Que no está obligado por lo establecido en el artículo 42.1 del Real Decreto Legislativo 1/2013, de 29 de noviembre, por tener empleados a menos de 50 trabajadores en plantilla.
- ☐ Que cumple con las obligaciones impuestas por el artículo 42.1 del Real Decreto Legislativo 1/2013, de 29 de noviembre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley General de derecho de las personas con discapacidad y su inclusión social, de tener empleados trabajadores discapacitados en un porcentaje igual o superior al dos por ciento de la plantilla de la empresa.
- ☐ Que la empresa ha optado por el cumplimiento de las medidas alternativas en lo referente a lo señalado en el artículo 42.1. del Real Decreto Legislativo 1/2013, de 29 de noviembre, de conformidad con lo establecido en el RD 364/2005, de 8 de abril.

9. SOMETIMIENTO A TRIBUNALES ESPAÑOLES (solo para empresas extranjeras)

Que mediante la presente declaración se acata el sometimiento a la jurisdicción de los Juzgados y Tribunales españoles de cualquier orden, para todas las incidencias que de modo directo o indirecto pudieran surgir del contrato, con renuncia, en su caso, al fuero jurisdiccional extranjero que pudiera corresponder.

10. CONFIDENCIALIDAD

Que, en relación con el contenido de la oferta [marcar lo que proceda]:

- ☐ No hay ningún aspecto confidencial, lo que significa que no se incluye en la presente oferta información alguna que revista tal carácter.
- ☐ Los aspectos confidenciales son los siguientes (NO SE PUEDE HACER UNA REFERENCIA GENÉRICA A LA TOTALIDAD DE SU OFERTA⁵):

*

*

11. DATOS DE LA DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO PARA RECIBIR NOTIFICACIONES

Que, a efectos de notificaciones, consiente expresamente la utilización del correo electrónico como medio preferente de comunicación, y por tanto solicita que las notificaciones en el presente procedimiento se realicen en la siguiente dirección de correo electrónico:

Y para que así conste, firmo esta declaración,

En, a ... de de

Fdo.:

El firmante acredita la veracidad de la información arriba indicada

CONSEJO ANDALUZ DE CÁMARAS OFICIALES DE COMERCIO, INDUSTRIA, SERVICIOS Y NAVEGACIÓN

⁵ El contenido del SOBRE 3 no puede declararse secreto pues es objeto de apertura en acto público en presencia de todos los participantes de la convocatoria que quieran asistir.

CAC/PC/___/202_

ANEXO III

MODELO DE PROPOSICION ECONÓMICA Y CRITERIOS OBJETIVOS CUANTIFICABLES DE FORMA AUTOMÁTICA O MEDIANTE FÓRMULAS

D/Dª mayor de edad, vecino de y con DNI nº en nombre propio o en representación de la Empresa con domicilio social en, y NIF nº al objeto de participar en el concurso para la contratación del servicio de “[indicar título del contrato]” convocado por el Consejo Andaluz de Cámaras, manifiesta lo siguiente:

A) Se compromete, en nombre propio o de la empresa que representa, a ejecutar la prestación a la que concursa, **con estricta sujeción a sus requisitos, condiciones y obligaciones, en el plazo total de, por el PRECIO⁶ de..... IVA EXCLUIDO.** A esta cantidad le corresponde un IVA de..... €, por lo que el importe total, IVA incluido, asciende a la cantidad de.....€.

Todo ello de acuerdo con lo establecido en las Condiciones Básicas de la Contratación que sirven de base a la convocatoria, cuyo contenido declara conocer y acepta plenamente.

Importe base: Euros (IVA excluido)

Importe IVA (...%): Euros.

Importe Total: Euros (IVA incluido).

El precio total ofertado, se corresponde con el siguiente desglose económico de acuerdo con el siguiente esquema:

ACTUACIONES DEL PROYECTO	PRESUPUESTO BASE
1 ELABORACIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIÓN E IMAGEN CORPORATIVA	0.000,00 €
2 DISEÑO WEB Y GESTIÓN DE REDES SOCIALES	0.000,00 €
3 ASISTENCIA TÉCNICA PARA LA GESTIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIÓN Y PLAN DE MÁRKETING	0.000,00 €
TOTAL	0.000,00 (SIN IVA) 0.000,00 (IVA INCLUIDO)

⁶ El Importe global ofertado no puede ser superior al presupuesto máximo de licitación (IVA excluido)

⁷ Éste será el importe sobre el que se aplicará la fórmula de valoración del precio ofertado descrita en la cláusula 9

Dicho importe incluye además todos los tributos, tasas, cánones y gastos de cualquier índole que sean de aplicación, así como cualquier otro gasto contemplado en las Condiciones Básicas de la Contratación que rigen el contrato.

B) Se compromete, en nombre propio o de la empresa que representa, a ejecutar la prestación a la que concursa, con estricta sujeción a los requisitos y condiciones exigidas, asumiendo los siguientes compromisos:

a) **COMPROMISO DE REDUCCIÓN DEL PLAZO DE ENTREGA DEL PLAN DE COMUNICACIÓN Y MÁRKETING, DEL MANUAL DE IMAGEN CORPORATIVA Y DEL DISEÑO Y CREACIÓN DE LA WEB DEL PROYECTO.**

La empresa se compromete a la reducción del plazo de ejecución en:

(Márquese lo que corresponda)

- ☐ 10 días para la entrega del Manual de Imagen Corporativa, de forma que el plazo de entrega será el 10 de mayo del año en curso
- ☐ 1 semana para la entrega del Plan de Comunicación y Márketing de forma que el plazo de entrega será el 13 de mayo del año en curso.
- ☐ 1 semana para la entrega del Diseño y creación de la web del proyecto de forma que el plazo de entrega será el 13 de mayo del año en curso.

b) **CUALIFICACIÓN Y EXPERIENCIA DEL PERSONAL ADSCRITO AL CONTRATO.** El equipo de trabajo propuesto para la ejecución de los trabajos cumple con la solvencia mínima requerida y aporta una mayor experiencia sobre el mínimo exigido para la acreditación de la solvencia técnica y profesional en los términos adscritos en el cuadro que se acompaña.

PERFIL	MAYOR EXPERIENCIA SOBRE EL MÍNIMO DE SOLVENCIA
Responsable director del proyecto	☐ Experiencia de 5 años en la dirección de medios y/o agencias de comunicación por encima del mínimo exigido en la solvencia técnica. ☐ Experiencia de 6 años en la dirección de medios y/o agencias de comunicación por encima del mínimo exigido en la solvencia técnica. ☐ Experiencia de 7 años en la dirección de medios y/o agencias de comunicación por encima del mínimo exigido en la solvencia técnica. ☐ Acreditada experiencia en la comunicación de al menos un Proyecto Transfronterizo Europeo
2 Técnicos	☐ Experiencia de 4 años de servicios similares al objeto de la adjudicación en medios y/o agencias de comunicación y/u otras entidades por encima del mínimo exigido en la solvencia técnica. ☐ Experiencia de 5 años de servicios similares al objeto de la adjudicación en medios y/o agencias de comunicación y/u otras entidades por encima del mínimo exigido en la solvencia técnica.

	☐ Experiencia de 6 años de servicios similares al objeto de la adjudicación en medios y/o agencias de comunicación y/u otras entidades por encima del mínimo exigido en la solvencia técnica.
1 Técnico	☐ Experiencia mínima de 4 años en diseño gráfico y Márketing digital por encima del mínimo exigido en la solvencia técnica.
1 Técnico	☐ Experiencia de al menos 4 años de en gestión de proyectos de web por encima del mínimo exigido en la solvencia técnica.
1 Técnico	☐ Experiencia de al menos 4 años como programador

c) REDACCIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIÓN Y DEL MANUAL DE IMAGEN CORPORATIVA DEL PROYECTO EN EL IDIOMA PORTUGUÉS ADEMÁS DEL CASTELLANO.

La empresa se compromete a traducir el Plan de Comunicación y el Manual de Identidad Corporativa del proyecto NEXOMAR al idioma portugués.

En....., a..... de..... de 202__

(Lugar, fecha y firma del licitador)

Fdo.:

CONSEJO ANDALUZ DE CÁMARAS OFICIALES DE COMERCIO, INDUSTRIA, SERVICIOS Y NAVEGACIÓN

CAC/PC/_/202_

ANEXO IV
MODELO DECLARACIÓN DE SUBCONTRATACIÓN

D./Dña., con D.N.I. núm., mayor de edad, en nombre y representación de con NIF núm y domicilio en....., en su calidad de.....,

Declara que es conocedor/a de las Condiciones Básicas de Contratación que han de regir la “..... (EXPEDIENTE nº .../.....)” según procedimiento aprobado por la Cámara de Comercio de España, y aceptando íntegramente el contenido de los mismos,

DECLARA, BAJO SU RESPONSABILIDAD

Señalar lo que proceda:

- ☐ Que en el momento de presentación de esta oferta no tiene intención de subcontratar ninguna parte de la prestación.
- ☐ Que en el momento de presentación de esta oferta tiene la intención de subcontratar las tareas/perfiles siguientes (especificar, incluyendo la empresa con la que se subcontrata y porcentaje sobre el total del contrato)

TAREA / PERFIL	EMPRESA	PORCENTAJE

Se deberá aportar declaración responsable de los subcontratistas junto con la acreditación de estar los mismos al corriente de sus obligaciones con AEAT y Seguridad Social cuando así se requiera por el órgano de contratación.

En....., ade.....de.....

Fdo.:

CONSEJO ANDALUZ DE CÁMARAS OFICIALES DE COMERCIO, INDUSTRIA, SERVICIOS Y NAVEGACIÓN

CAC/PC/___/202_

ANEXO V

MODELO DE COMPROMISO PARA LA INTEGRACIÓN DE LA SOLVENCIA CON MEDIOS EXTERNOS⁸

D./D^a, con DNI número.....en nombre y representación de la entidad, con N.I.F. al objeto de participar en la contratación denominada *(Indicar el título del contrato)*

..... convocada por el Consejo Andaluz de Cámaras

D./D^a, con DNI número.....en nombre y representación de la entidad, con N.I.F.

Se comprometen, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 75 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, a:

- Que la solvencia o medios que pone a disposición la entidad..... a favor de la entidad.....son los siguientes⁹:

-

-

-Que durante toda la ejecución del contrato dispondrán efectivamente de la solvencia o medios que se describen en este compromiso.

- Que la disposición efectiva de la solvencia o medios descritos no está sometida a condición o limitación alguna.

Fecha:

Firma del licitador.

Firma de la otra entidad.

CONSEJO ANDALUZ DE CÁMARAS OFICIALES DE COMERCIO, INDUSTRIA, SERVICIOS Y NAVEGACIÓN

⁸ Si se recurre a la solvencia o medios de varias entidades, se deberá cumplimentar una declaración conforme al modelo por cada una de las entidades que pone a disposición del licitador su solvencia o medios.

⁹ Se deberá indicar la solvencia o medios concretos.

CAC/PC/___/202_

ANEXO VI
MODELO DE CURRICULUM

PERFIL SOLICITADO EN LA CONVOCATORIA	UN DIRECTOR PROYECTO/DOS TÉCNICOS EN PERIODISMO Y/O PUBLICIDAD, /UN TÉCNICO EN DISEÑO GRÁFICO Y MÁRKETING DIGITAL /UN TÉCNICO EN DESARROLLO DE PROYECTOS WEB/ UN TÉCNICO ANALISTA/PROGRAMADOR
Empresa	
Nombre y apellidos	
Titulación académica	
Otras titulaciones complementarias	

Nota: Repetir la siguiente sección tantas veces como sea necesario para acreditar los años de experiencia

Empresa contratante	
Puesto desempeñado	
Fecha de inicio	
Fecha fin	
Descripción del trabajo desarrollado relacionado con la experiencia solicitada	

Don/Dña....., con D.N.I. núm., mayor de edad, declara
que los datos consignados en este curriculum son totalmente ciertos

En....., a..... de..... de 202_

[Firma y fecha]

CONSEJO ANDALUZ DE CÁMARAS OFICIALES DE COMERCIO, INDUSTRIA, SERVICIOS Y NAVEGACIÓN