



PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS

SERVICIO DE DIFUSIÓN DE LA PUBLICIDAD INSTITUCIONAL DE LA CIUDAD AUTÓNOMA DE MELILLA EN MEDIOS DE PRENSA ESCRITA

1.- OBJETO.-

La Ciudad Autónoma de Melilla, como Administración Pública, es sujeto emisor de publicidad institucional entendida como aquella que a través de contratos de publicidad, difusión publicitaria, creación publicitaria y patrocinio, que tiene fundamentalmente los siguientes objetivos:

- Informar sobre la existencia, composición y funcionamiento de las instituciones públicas; e informar a los ciudadanos sobre sus derechos y obligaciones legales.
- Promover el ejercicio de derechos o el cumplimiento de deberes en condiciones de igualdad y fomentar comportamientos de los ciudadanos en relación con bienes o servicios públicos de carácter educativo, cultural, social, sanitario, de fomento de empleo u otros de naturaleza análoga.
- Difundir las actividades, proyectos ejecutados y resultados obtenidos, respecto de los servicios prestados por cada Administración pública en el ámbito de sus atribuciones y competencias, constituyendo un instrumento útil para el desarrollo del territorio al que va dirigida.
- La sensibilización de los ciudadanos, fomentando conductas o hábitos para la convivencia, el bienestar social, la salud pública, y los valores de libertad, democracia y el pluralismo político.

Por ello y también en consideración a lo preceptuado en el artículo 8 de la Ley 29/2005, que señala que *“Los contratos vinculados a las campañas reguladas por esta Ley se adjudicarán con arreglo a su normativa aplicable, respetando estrictamente los principios de publicidad y concurrencia, y atendiendo siempre a criterios objetivos tales como el coste económico y la eficacia prevista del plan de medios”*, la difusión de la publicidad institucional debe articularse a través de la figura del contrato de servicios estipulado en el artículo 10 del TRLCSP, encuadrado dentro de la categoría 13 del Anexo II de dicha norma, denominada “Servicios de publicidad”, pues a pesar de que la Ciudad Autónoma cuenta con medios propios para la elaboración del contenido de los anuncios, el servicio a contratar estaría circunscrito únicamente a la publicación de aquellos anuncios que se envíen al medio adjudicatario, a través del Gabinete de Prensa.

A este respecto señalar que dentro del objeto del contrato que en su caso se produzca no figurarán ni las campañas de carácter industrial, comercial o mercantil que puedan desarrollarse por organismos autónomos o empresas públicas adscritos a la Ciudad Autónoma, ni la publicidad de las disposiciones normativas, resoluciones y actos administrativos o judiciales y demás información sobre las actuaciones públicas que deban publicarse o difundirse por mandato legal.



CIUDAD AUTÓNOMA DE MELILLA

Gabinete de Prensa

Tampoco se incluirá dentro del objeto del contrato la denominada “propaganda” o “marketing político”.

Asimismo señalar que es objeto de este contrato únicamente la publicación de anuncios en diarios escritos con difusión local, pues sólo de este modo pueden cumplirse los fines señalados anteriormente y obtener la repercusión necesaria entre la población melillense.

2- LOTES.-

Según consta en el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares, el servicio se dividirá en tres lotes con el siguiente contenido:

Primer lote de publicidad institucional: Al que le corresponderá el 45% de los módulos que se destinen a cada campaña, suponiendo un presupuesto base para dicho lote de 207.692,31 €, al que le corresponderá un IPSI de 8.307,69 €, haciendo un total de 216.000 €.

Segundo lote de publicidad institucional: Al que le corresponderá el 40 % de los módulos que se destinen a cada campaña, suponiendo un presupuesto base para dicho lote de 184.615,38 €, al que le corresponderá un IPSI de 7.384,62 €, haciendo un total de 192.000 €.

Tercer lote de publicidad institucional: Al que le corresponderá el 15 % de los módulos que se destinen a cada campaña, suponiendo un presupuesto total para dicho lote de 69,230.77 €, al que le corresponderá un IPSI de 2,769,23 €, haciendo un total de 72.000 €.

OBLIGACIONES DEL ADJUDICATARIO.-

2.1.- Medios materiales y personales:

Para la realización de todas las actividades objeto del contrato el adjudicatario deberá disponer de un local y de los equipos informáticos y de la maquinaria adecuada y propia de la publicación de un periódico de difusión diaria, así como del personal necesario.

El adjudicatario debe publicar diariamente un periódico en soporte papel, que deberá estar a disposición de los ciudadanos en las redes de distribución habituales de la prensa escrita.

2.2- Desarrollo de los trabajos.

Los adjudicatarios recibirán del Gabinete de Prensa de la Ciudad Autónoma de Melilla una **orden de publicidad** en la que se especifica el número de módulos y las fechas de publicación a la que se adjuntará la campaña de publicidad ya diseñada por dicho Gabinete o, en su caso, externamente. Asimismo podrán recibir el anuncio ya elaborado por dicho Gabinete, que deberá ser adaptado para su publicación respetando el formato remitido lo máximo posible.



CIUDAD AUTÓNOMA DE MELILLA

Gabinete de Prensa

Asimismo, los adjudicatarios deberán incluir en sus ediciones digitales (en caso de que las tuvieran) la publicidad remitida de manera equivalente al número de módulos encargados y durante las fechas de duración de la campaña publicitaria concreta. Asimismo, deberán hacer referencia a dichos anuncios en sus perfiles de redes sociales.

Mensualmente, a fecha vencida, cada medio entregará al Gabinete de Prensa un documento en el que se especificará cada uno de los anuncios publicados, el número de módulos empleado y sus fechas correspondientes. Como comprobante, se adjuntará en soporte físico (CD, DVD o memoria flash) copia, en formato digital, de las páginas en las que hayan aparecido los anuncios, de acuerdo con el contenido del documento indicado.

Asimismo, para facilitar la comprobación diaria de la publicidad institucional por parte de las distintas dependencias y Consejerías de la Ciudad, los adjudicatarios estarán obligados a entregar al Gabinete de Prensa quince (15) ejemplares de la edición diaria del periódico con anterioridad a las 9:30 horas de la mañana. Igualmente los lunes se harán entrega del mismo número de ejemplares correspondiente a las ediciones del sábado y del domingo. Respecto del resto de festivos, se entregarán los quince ejemplares correspondientes en el día hábil siguiente.

3.- RELACIÓN LABORAL DEL ADJUDICATARIO Y SU PERSONAL.-

3.1.- El personal que contrate el adjudicatario, como empresario, dependerá exclusivamente del mismo, tendrá todos los derechos vigentes en materia laboral, Seguridad Social y de Seguridad y Salud en el Trabajo. Deberá cumplir con todas las obligaciones establecidas en el Pliego de Cláusulas Administrativas.

4.- VIGENCIA DEL CONTRATO.-

El plazo de duración del contrato se fija en SEIS MESES (6 MESES), coincidiendo con el final de legislatura, para que sea la corporación resultante la que determine a partir de su toma de posesión los requisitos y términos de la publicidad institucional.

Melilla a 16 de diciembre de 2014

El jefe del Gabinete de Prensa.



Fdo - José Carlos Ruiz Jaime.