



INSTITUCIÓN
FERIAL
ALICANTINA

PLIEGO DE CONDICIONES PARA LA CONTRATACIÓN DE UNA
CENTRAL DE MEDIOS DE PUBLICIDAD PARA LA DIFUSIÓN DE LAS
CAMPAÑAS PUBLICITARIAS, DE LOS CERTÁMENES ORGANIZADOS
POR LA INSTITUCIÓN FERIAL ALICANTINA (IFA)

RESUMEN DE CARACTERÍSTICAS DEL PLIEGO DE BASES CORRESPONDIENTE AL CONCURSO DE UNA CENTRAL DE MEDIOS DE PUBLICIDAD PARA LA DIFUSIÓN DE LAS CAMPAÑAS PUBLICITARIAS

1. OBJETO DEL CONTRATO

Prestación del servicio de una central de medios de publicidad de los certámenes organizados por la Institución Ferial Alicantina.

2. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

El presupuesto tipo de ejecución correspondiente al canon fijo anual serán los siguientes:

Estrategias y acciones publicitarias en los siguientes medios:

Radio

Prensa extranjera

Revistas especializadas

Soportes publicitarios exteriores

Redes sociales: Facebook, Twitter, Instagram y Youtube y AdWords.

Quedando exenta la prensa general escrita y la televisión.

Asesoramiento

Evolución de audiencias

Eficacia presupuestaria

Rentabilidad de soportes

Estudios comparativos entre medios

Control de campañas

Planificación de las campañas publicitarias elaborando y argumentando una estrategia de medios adaptada cada una de ellas.

Seguimiento diario de las campañas para verificar objetivos propuestos.

Al finalizar la campaña, envío del plan e informe de evaluación y cierre de la misma.

3. OFERTAS BASE DE LICITACIÓN

Descuento sobre tarifa en medios
Comisión de agencia
Plan de comunicación
Gestión y supervisión de la campaña

4. PERÍODO DE CONTRATACIÓN

La duración del contrato será la comprendida entre el día 1 de octubre de 2018 y el 30 de septiembre de 2019, pudiéndose prorrogarse de forma automática en las mismas condiciones hasta un máximo de dos años más de ampliación del contrato original.

5. GARANTÍA DEFINITIVA

SEIS MIL EUROS (6.000 euros).

6. PRESUPUESTO ANUAL

Se establece un presupuesto total (IVA INCLUIDO) de **CIENTO SESENTA Y SEIS MIL NOVECIENTOS OCHENTA EUROS (166.980.- €)**.

7. FORMA DE PAGO

60 Días desde la presentación de la factura.

8. TIPO DE PROCEDIMIENTO

Abierto.

9. FECHAS

- Publicación pliego de condiciones: 19/07/18
- Recepción ofertas: antes de las 13:00 h. del 27/08/18.
- Apertura oferta económica: 03/09/18 a las 12:00 h.
- Formalización contrato: dentro de los 15 días siguientes a la notificación de la adjudicación.

ÍNDICE

1. OBJETO DEL CONTRATO.
2. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO.
3. GESTIÓN DEL CONTRATO.
4. PRESUPUESTO.
5. FORMA DE PAGO.
6. OFERTAS.
7. TIPO DE PROCEDIMIENTO
8. DURACIÓN DEL CONTRATO
9. LUGAR Y PLAZO DE PRESENTACIÓN DE OFERTAS
10. DOCUMENTACIÓN A APORTAR POR LOS LICITADORES
11. APERTURA DE LAS OFERTAS Y PROPUESTA DE CLASIFICACIÓN Y ADJUDICACIÓN
12. CRITERIOS DE VALORACIÓN DE LAS OFERTAS
13. ADJUDICACIÓN DEL CONTRATO
14. SEGUROS
15. FORMALIZACIÓN DEL CONTRATO
16. FIANZA DEFINITIVA
17. OBLIGACIONES LABORALES Y FISCALES DEL ADJUDICATARIO
18. EJECUCIÓN DEL CONTRATO
19. RESPONSABILIDAD DE LA EMPRESA ADJUDICATARIA
20. CONFIDENCIALIDAD
- 21.- DATOS DE CARÁCTER PERSONAL – PROTECCIÓN DE DATOS
22. CESIÓN Y SUBCONTRATACIÓN DEL CONTRATO
23. CAUSAS DE RESOLUCIÓN DEL CONTRATO
24. SUSPENSIÓN DE LA LICITACIÓN
25. JURISDICCIÓN COMPETENTE

ANEXOS

Anexo I.- Modelo de instancia que acompaña a la documentación presentada.

Anexo II.- Modelo de declaración responsable.

Anexo III.- Modelo de compromiso de mantenimiento de precios.

Anexo IV.- Modelo de aval bancario.

Anexo V.- Modelo de oferta económica.

CONTRATACIÓN DE UNA CENTRAL DE MEDIOS DE PUBLICIDAD PARA LA DIFUSIÓN DE LAS CAMPAÑAS PUBLICITARIAS, DE LOS CERTÁMENES ORGANIZADOS POR LA INSTITUCIÓN FERIAL ALICANTINA

CLÁUSULA 1.- OBJETO DEL CONTRATO

El objeto del presente pliego es la regulación del procedimiento y contratación de la empresa que se encargará de la prestación del servicio de una central de medios de publicidad para la planificación, mediación, inserción, asesoramiento y posterior seguimiento de la difusión de las campañas de publicidad de los certámenes organizados por la Institución Ferial Alicantina.

CLÁUSULA 2.- DESCRIPCIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

El objeto del contrato incluye la prestación de los siguientes servicios.

- Planificación de la estrategia de medios más adecuada en términos de eficiencia de los soportes y eficacia presupuestaria, para lograr una mayor y mejor cobertura de todas las campañas de publicidad que realice la Institución Ferial Alicantina, en cuanto a las ferias organizadas por ella. Las acciones publicitarias se podrán realizar en los siguientes medios: radio, prensa extranjera, revistas especializadas, soportes publicitarios exteriores, redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram y Youtube) y AdWords. Quedando exenta la prensa general escrita y la televisión.
- Negociación, adquisición, compra o contratación de los espacios, soportes y medios necesarios para la difusión y ejecución de las campañas publicitarias de las distintas ferias organizadas por la Institución Ferial Alicantina, según los medios citados en el punto anterior.
- Contratación de espacios publicitarios aislados, al margen de las campañas de publicidad definidas anteriormente.
- Asesoramiento sobre evolución de audiencias, eficacia presupuestaria, rentabilidad de soportes, estudios comparativos entre medios y todos aquellos aspectos técnicos necesarios para llevar a cabo la toma de decisiones idóneas para la contratación de espacios publicitarios.
- Control de las campañas: la empresa adjudicataria deberá realizar un seguimiento diario de las campañas, que permita verificar el cumplimiento de los objetivos propuestos, así como alertar de los posibles desvíos con el fin de subsanarlos en el menor tiempo posible.

- La empresa adjudicataria realizará la planificación de las campañas publicitarias elaborando y argumentando una estrategia de medios adaptada cada una de ellas en función del público objetivo y los diferentes soportes, optimizando en todo caso el cumplimiento de los objetivos señalados en el briefing de la campaña.
- Dado un presupuesto estimado para cada campaña, el adjudicatario presentará, en un plazo no superior a 4 días hábiles, una primera propuesta de plan de medios.
- Cada planificación irá precedida de un cuadro resumen donde se relacionen sistemáticamente los medios propuestos, el formato y nº de inserciones, audiencia y tarifas, coste bruto y neto por medio y soporte. Así mismo se incluirá plan detallado por medio y soporte en el que se incluirán, entre otros, los siguientes datos:
 - Prensa especializada: Soporte, fecha, formato, número de inserciones, GRP' S unitarios, total GRP' S, importes brutos y netos y otras condiciones que en cada caso concreto se señalen.
 - Radio: Soporte, fecha formato, número de inserciones, GRP' S unitarios, total GRP' S, importes brutos y netos, creatividad de la cuña, grabación de la misma y otras condiciones que en cada caso concreto se señalen.
 - Soportes Publicitarios Exteriores: Exclusivista, soporte, formato, periodo contratado, material, día de fijación, fecha de entrega del material, importes brutos y netos y otras condiciones que en cada caso concreto se señalen.
 - Redes sociales: post publicitario, intervalo fechas de publicación, target, ámbito geográfico de la campaña, creatividades, presupuesto y otras condiciones que en cada caso concreto se señalen.
 - AdWords: Objetivo de la campaña, target, ubicaciones generales y específicas, formato, periodo de planificación, número de impresiones, importes brutos y netos y otras condiciones que en cada caso concreto se señalen.

En lo referente a las fuentes oficiales del mercado publicitario, el adjudicatario deberá disponer de las fuentes de planificación, investigación de difusión y audiencias y tarifas de medios que garanticen una eficaz evaluación y seguimiento de la campaña. La relación de fuentes que la empresa pondrá a disposición de la Institución Ferial Alicantina será, como mínimo la siguiente:

- Estudio General de Medios (EGM)
- ComScore
- OJD.PGD
- AIMC Marcas
- IOPE
- Kantar Media
- INFOADEX
- MECOS
- Nielsen

El presente pliego incluye en su Anexo V un listado para que la empresa adjudicataria relacione los medios de comunicación, las tarifas generales de los mismos, el descuento aplicado sobre las mismas y por último la comisión de la agencia.

En caso de medios nuevos que surjan durante la vigencia del contrato, se facilitará por parte del medio, con carácter previo, a su contratación las tarifas generales para su aprobación. En ningún caso se admitirán tarifas que no sean las de carácter general, ni recargos especiales sobre las mismas con motivo de la publicidad de las ferias.

Excepcionalmente, la Institución Ferial Alicantina se reserva el derecho a negociar directamente con los diferentes medios de comunicación el precio de los servicios objeto de este contrato, pudiendo ordenar a través de la empresa adjudicataria la publicidad que resulte de este pacto, en cuyo caso la empresa adjudicataria sólo tendrá derecho a percibir el porcentaje de agencia ofertado.

Asimismo, la Institución Ferial Alicantina se reserva el derecho de poder contratar de forma excepcional, directamente con diferentes medios de comunicación, la inserción de publicidad, mediante el procedimiento legalmente previsto.

El coste de cada acción publicitaria será el que resulte de aplicar el descuento ofertado por el adjudicatario, a la tarifa oficial de cada soporte.

La empresa adjudicataria deberá aportar y actualizar permanentemente durante la vigencia del contrato las tarifas oficiales de los medios y soportes planificados.

En los supuestos excepcionales en los que no exista tarifa de referencia, el precio se negociará por la empresa adjudicataria con el soporte, quedando condicionada en todo caso la compra de espacios a la aprobación previa de la Institución Ferial Alicantina.

En este supuesto, acciones negociadas por la empresa adjudicataria con el medio sin tarifa oficial, la Institución Ferial Alicantina se reserva el derecho a exigir al contratista la factura emitida por el medio.

CLÁUSULA 3.- GESTIÓN DEL CONTRATO

Los planes de medios y las diferentes actuaciones publicitarias serán elaborados por la empresa adjudicataria previa solicitud del Departamento de Comunicación y/o Certámenes de la Institución Ferial Alicantina. Y deberán contar con la aprobación del departamento correspondiente, que podrá hacer las salvedades que considere pertinentes, antes de su aprobación.

Una vez realizada la campaña, la empresa adjudicataria elaborará el correspondiente plan e informe de evaluación y cierre de la misma que será enviado al departamento solicitante. El informe de cierre incluirá una comparativa entre el plan de medios propuesto y el plan ejecutado, así como las posibles incidencias producidas en la contratación de los medios.

En caso de que, por motivos ajenos a la empresa, las inserciones previstas en el plan de medios no se pudiesen realizar, la empresa adjudicataria tendrá que exponer los motivos a la Institución Ferial Alicantina, proponiendo solución alternativa, para su aprobación por el Departamento de Comunicación, y que, en ningún caso, supondrá un perjuicio económico para la Institución. Las inserciones no comunicadas o no aprobadas con carácter previo no serán abonadas por la Institución.

La empresa adjudicataria contratará en su propio nombre con los medios y será responsable exclusivo de su pago frente a ellos.

La empresa adjudicataria designará, entre su personal, a un Responsable-Coordenador con la Institución Ferial Alicantina que centralice las peticiones y comunicaciones de servicios por ésta, así como el seguimiento de las posibles incidencias.

Por su parte, la Institución Ferial Alicantina nombrará un responsable que coordinará y supervisará con la empresa adjudicataria todas las acciones objeto del contrato. Dicho responsable podrá convocar al encargado designado por la empresa adjudicataria para la coordinación de los aspectos operativos del contrato en cualquier momento.

CLÁUSULA 4. - PRESUPUESTO.

Se establece un presupuesto total (IVA INCLUIDO) de **CIENTO SESENTA Y SEIS MIL NOVECIENTOS OCHENTA EUROS (166.980.- €)**.

Dicho importe queda desglosado de la siguiente manera:

- a) CIENTO TREINTA Y OCHO MIL EUROS (138.000.- €)
- b) IVA a soportar por la Institución Ferial Alicantina al 21%: VEINTIOCHO MIL NOVECIENTOS OCHENTA EUROS (28.980.- €).

Si durante el periodo de contratación de los servicios, variase el calendario ferial bien porque se suspendiese alguna feria o bien porque se incorporase una feria nueva, el presupuesto se modificaría contemplando estos cambios.

CLÁUSULA 5.- FORMA DE PAGO.

La facturación se tramitará del siguiente modo:

- Una vez la empresa adjudicataria envíe al Departamento de Comunicación, el cuadro resumen con la planificación de los medios propuestos y su coste, se le comunicará el nº de pedido que deberá figurar en la factura.
- La empresa adjudicataria expedirá factura a la conclusión de las campañas de publicidad efectivamente realizadas, por importe de los servicios prestados. Dicho importe se calculará en función del valor de las campañas efectivamente realizadas y concluidas, afectadas por el porcentaje de baja ofertado por la empresa adjudicataria para cada tipo de medio de difusión aplicado a la tarifa para cada caso vigente.
- La empresa adjudicataria expedirá las facturas a cargo de la Institución Ferial Alicantina y las enviara al Departamento de Comunicación. En las facturas que expida por razón del presente contrato el contratista hará constar, además de

cuantos otros datos se requieran legal o reglamentariamente, los siguientes: nº de pedido citado, el nombre de la feria a la que corresponda la factura y el medio facturado.

- A cada factura hará de acompañarse la siguiente documentación:
 - En medio Radio y Televisión: Certificado de emisión del medio.
 - En medio Prensa escrita, revistas y suplementos especiales: aquellas hojas en las que se haya insertado la publicidad siempre y cuando en la misma aparezca el medio de comunicación y la fecha, en caso contrario, un ejemplar del mismo.
 - En prensa y publicaciones digitales en internet y otras plataformas: Certificado del medio y pantallazo del anuncio publicado.
 - En soportes publicitarios: certificado del medio, con foto del soporte utilizado con la publicidad insertada.
- Los pagos se realizarán en el plazo de 60 días desde la presentación de la correspondiente factura, mediante transferencia bancaria a la cuenta del adjudicatario.

CLÁUSULA 6. OFERTAS.

Cada empresa licitadora indicará, en su oferta económica.

1.- Porcentajes de descuento ofrecidos, sobre las tarifas generales, para cada una de las categorías de medios establecidas, con excepción del apartado Redes sociales y Adwords, según Anexo V del presente pliego de condiciones.

2. Comisión de agencia.

Documentación a presentar en la oferta técnica.

Los licitadores deberán presentar, como mínimo, la siguiente documentación:

Plan de comunicación.

A efectos **estrictamente de valoración técnica** se desarrollará un ejercicio práctico consistente en **un plan de comunicación desarrollado únicamente para un certamen** y tendrá en cuenta los aspectos que se desarrollan a continuación. Dicho ejercicio será valorado conforme a los criterios previstos en la Valoración Técnica de la Cláusula 7.2.1 y deberá basarse en datos reales, de modo que pudiera, si así se estimase oportuno, ejecutarse a lo largo de la vigencia del contrato en su totalidad o parcialmente. No se trata por tanto de un supuesto teórico, sino que todos los aspectos propuestos en la solución deben ser contrastables a través de las distintas fuentes del sector y otros parámetros del mercado publicitario.

Al tratarse de un plan estratégico, en ningún caso se reflejarán en el mismo las condiciones ofertadas por el licitador que hayan sido incluidas como criterios valorables mediante cifras o porcentajes (descuentos sobre tarifas oficiales). **Serán excluidas de la licitación aquellas ofertas que muestren las condiciones ofertadas por el licitador.**

No serán valoradas aquellas soluciones que se basen en hipótesis teóricas o irrealizables y en consecuencia serán excluidas del procedimiento.

Briefing Firahogar

1. Ficha técnica Firahogar 2018.

DENOMINACION: FIRAHOOGAR, Salón de Mobiliario, Equipamiento y Decoración del Hogar.

FECHAS DE CELEBRACION: del 28 al 30 de septiembre de 2018.

HORARIO: de 10:00h a 21:00h.

EDICION: 25ª.

AMBITO: Nacional.

PERIODICIDAD: Anual.

SECTORES EXPOSITORES: Muebles, decoración, iluminación, accesorios para el hogar, cocinas, colchones, sofás, tratamientos de agua, exterior y piscinas, revistas, asociaciones, instituciones, etc.

SECTORES VISITANTES: Público consumidor.

PROMOCION: Radio, vallas, televisión y Facebook.

OFERTA DE SERVICIOS: Azafatas e intérpretes. Aparcamiento para expositores. Autobuses. Restaurantes y Cafeterías. Carga y descarga de mercancías. Proyectos de stands y decoración. Rotulación. Seguros. Servicios bancarios. Taxis. Vigilancia y seguridad.

ORGANIZA: Institución Ferial Alicantina.

COLABORA: Asociación de Empresas de Servicios (AESEC). Conselleria de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo. Iberia. Renfe.

La estrategia de comunicación de la Institución Ferial Alicantina está íntimamente ligada a los pilares y objetivos estratégicos de la Institución.

- **SERVICIO PÚBLICO**
 - Mejorar la prestación del servicio.
 - Consolidar la recuperación de la demanda.
- **EFICIENCIA**
 - Alcanzar el equilibrio económico y financiero.
 - Impulsar la eficiencia de los procesos clave.
- **EXPERIENCIA DEL CLIENTE**
 - Mejorar la percepción del servicio.
 - Potenciar la imagen de marca.
 - Mejorar la accesibilidad de nuestros clientes.

La crisis del sector del mueble ha puesto sobre la mesa la necesidad de desarrollar formatos publicitarios además de los tradicionales para impactar en nuestras audiencias.

Por esta misma crisis el perfil de expositor en las últimas ediciones ha ido cambiando y la percepción del servicio por parte del visitante ha empeorado.

En este sentido, la Institución Ferial Alicantina ha realizado un importante esfuerzo, no solo en reforzar su comunicación a través de los medios digitales, potenciando sus propios canales de comunicación, sino en organizar otras dos ferias paralelas en el mismo rango de fechas y acorde al público objetivo de la misma.

Como objetivos del plan estratégico cabe señalar que ha de permitir la explotación de los soportes, dinamizando y fomentando la imagen de FiraHogar como una feria que ofrece tanto muebles e interiorismo como iluminación, cocinas, exteriores y servicios, así como incrementar el número de visitantes. El plan estratégico debe concretar: soportes, formatos, acciones especiales, periodos, oleadas, targets y demás variables que el licitador estime y deben ser detalladas en el mismo.

Las acciones especiales, si se propusieran, deben ser realizables, estando todas ellas argumentadas en el marco de la estrategia planteada por el licitador.

Para la concreción del plan estratégico hay que tener en cuenta las siguientes variables:

- Presupuesto: **14.500.- €** sin IVA.
- Medios: Radio (incluida creatividad y grabación cuña), Vallas (incluido papel y fijación del mismo en una valla propiedad de la Institución Ferial Alicantina), Adwords y RRSS. Se deberá argumentar el presupuesto destinado a cada uno de ellos.
- Periodo y duración de la campaña: radio del 19 al 29/09/18, vallas del 14/09 al 30/09. El licitador deberá argumentar cuando es el mejor momento así como justificar si propusiera la realización de distintas oleadas.
- Público objetivo: tanto visitantes a los que se pretende fidelizar, como aquellos que han dejado de asistir y se quiere recuperar. El licitador deberá identificar el/los target y cuantificarlos, así como analizarlos.
- Formatos: Será recomendado y argumentado por el licitador.

- Plan estratégico: deberá contener la información de los soportes seleccionados, justificando su idoneidad y maximizando la afinidad. Se reflejará la inversión total neta para cada uno de ellos.
- Como ya se ha señalado anteriormente, el plan estratégico y la definición del plan táctico no ha de detallar los descuentos y demás condiciones ofertadas por el licitador y que se hubiesen recogido en los criterios valorables mediante cifras o porcentajes establecidos.

CLÁUSULA 7. TIPO DE PROCEDIMIENTO

La adjudicación del servicio se llevará a cabo a través de un procedimiento abierto.

1. CRITERIOS DE VALORACIÓN QUE DEPENDEN DE UN JUICIO DE VALOR (valoración técnica).

Oferta Técnica..... 30 puntos

La oferta técnica deberá presentarse con el contenido mínimo establecido. Serán excluidas del procedimiento las ofertas de los licitadores que incluyan en el Plan Estratégico los descuentos y demás condiciones económicas ofertadas que se hubiesen recogido en los criterios valorables mediante cifras o porcentajes (descuentos sobre tarifas oficiales).

1.1. Plan de comunicación 20 puntos

Se valorarán los siguientes aspectos que concluyan con el mejor resultado para el planteamiento establecido en el Pliego de Prescripciones Técnicas:

- a) Análisis justificado del target
- b) Estrategia investigación del mercado publicitario.
- c) Distribución presupuestaria de soportes.
- d) Análisis del resultado de la campaña.

Se deberá argumentar de manera adecuada cada uno de los apartados para conocer la distribución presupuestaria entre cada medio y soporte, así como justificar las acciones publicitarias y acciones especiales, si se propusieran, y como favorecen a la consecución de los objetivos de medios, (cobertura, audiencia, notoriedad, frecuencia...)

Cada uno de los subapartados anteriormente mencionados se puntuarán de la siguiente manera:

- 0 puntos: si el planteamiento es incoherente o incompleto.
- 2 puntos: si el planteamiento es coherente, incompleto y nivel de detalle bajo.
- 4 puntos: si el planteamiento es coherente, completo y nivel de detalle bajo.
- 6 puntos: si el planteamiento es coherente, completo y nivel de detalle medio.
- 8 puntos: si el planteamiento es coherente, completo y nivel de detalle alto.

1.2. Gestión y supervisión de la campaña 10 puntos

Se valorará el procedimiento propuesto por el licitador para la gestión y supervisión de la actividad publicitaria en el que se debe detallar:

- a) Metodología propuesta
- b) Herramientas de planificación propias
- c) Fuentes oficiales diferentes a la exigida
- d) Sistema de seguimiento y control

Cada uno de los subapartados anteriormente mencionados se puntuarán de la siguiente manera:

- 0 puntos: si el planteamiento es incoherente o incompleto
- 1 punto: si el planteamiento es coherente, incompleto y nivel de detalle bajo.
- 2 puntos: si el planteamiento es coherente, completo y nivel de detalle bajo.
- 3 puntos: si el planteamiento es coherente, completo y nivel de detalle medio.
- 4 puntos: si el planteamiento es coherente, completo y nivel de detalle alto.

Límite de suficiencia técnica.

Las ofertas técnicas que iguales o superen (\geq) los 15 puntos serán calificadas como APTAS O TÉCNICAMENTE ACEPTABLES.

2. CRITERIOS DE VALORACIÓN EVALUABLES MEDIANTE FÓRMULAS (valoración económica)

Oferta Económica 70 puntos

2.1. Descuentos sobre tarifa en medios Hasta 60 puntos

Criterios evaluables de forma automática mediante cifras o porcentajes, obtenidos a través de la aplicación de la fórmula que en cada caso se indica, con indicación de su ponderación relativa:

Porcentaje baja ponderado sobre precio de tarifa; Se asignará a este criterio un total de 60 puntos.

CRITERIOS	PORCENTAJE PONDERACIÓN
a) Porcentaje total de descuento, que se aplicará sobre el volumen de inserciones a realizar en la categoría del medio: prensa especializada.	10
b) Porcentaje total de descuento, que se aplicará sobre el volumen de inserciones a realizar en la categoría del medio: radio.	20
c) Porcentaje total de descuento, que se aplicará sobre el volumen de inserciones a realizar en la categoría del medio: televisión.	10
d) Porcentaje total de descuento, que se aplicará sobre el volumen de inserciones a realizar en la categoría del medio: Soportes Publicitarios Exteriores	20

2.2. Comisión de agencia hasta 10 puntos.

Se otorgará la máxima puntuación (10 puntos) al licitador que presente la comisión de agencia más baja, distribuyéndose el resto de los puntos de forma inversamente proporcional, otorgándose 0 puntos a aquella oferta que licite por el mayor importe.

La puntuación total será la suma de la puntuación técnica + la puntuación económica.

La adjudicación se realizará por un importe igual al presupuesto máximo de la licitación, con independencia de los porcentajes de descuento y la comisión de agencia ofertados. En consecuencia no se realizará el análisis para determinar si hay ofertas anormalmente bajas.

En este procedimiento estará prohibida toda negociación de los términos del contrato con los solicitantes o candidatos.

Con la finalidad de garantizar los principios de publicidad y concurrencia, IFA dispone del Perfil del contratante al cual se podrá acceder a través de la página web www.feria-alicante.com.

El presente pliego de condiciones se publicará a partir del día **19 de julio de 2018**, **concediéndose hasta el día 27 de agosto de 2018 a las 13.00 horas** para la recepción de las posibles ofertas.

CLÁUSULA 8.- DURACIÓN DEL CONTRATO

La duración del contrato será la comprendida entre el día **1 de octubre de 2018 y el 30 de septiembre de 2019**, pudiéndose prorrogarse de forma automática en las mismas condiciones hasta un máximo de dos años más de ampliación del contrato original.

CLÁUSULA 9.- LUGAR Y PLAZO DE PRESENTACIÓN DE OFERTAS

Las ofertas se presentarán directamente en las oficinas de IFA, en Carretera Nacional 340, Km. 731, 03320 Elche, **antes de las 13.00 horas del día 27 de agosto de 2018**, sin que sea válida la presentación por cualquier otro medio.

La documentación se presentará en el registro documentos de IFA y se acompañará de una instancia conforme al modelo que figura en el **Anexo I**, entregándose a los licitadores una copia de la misma debidamente registrada.

CLÁUSULA 10.- DOCUMENTACIÓN A APORTAR POR LOS LICITADORES

Las ofertas se presentarán contenidas en un sobre cerrado en el que se hará constar el nombre y apellidos o razón social del licitador y la denominación de la licitación. En ningún caso se admitirán ofertas que no se presenten en sobre cerrado.

Dicho sobre habrá de contener a su vez tres sobres con la forma y contenido que se indican a continuación:

Sobre nº 1: Documentación administrativa.

Las ofertas deberán ir acompañadas de la siguiente documentación:

1. Documentación que acredite la capacidad de obrar de los empresarios:
 - a. Cuando fueren personas jurídicas, la capacidad de obrar se acreditará mediante escritura de constitución inscrita en el Registro Mercantil.
 - b. Los empresarios individuales habrán de presentar copia de su Documento Nacional de Identidad.
2. Documentos acreditativos de la representación: los que comparezcan o firmen proposiciones en nombre de otro deberán acreditar su representación mediante el correspondiente poder notarial inscrito en el Registro Mercantil, acompañado de copia de su Documento Nacional de Identidad.
3. Certificaciones acreditativas de estar al corriente en las obligaciones tributarias con la Administración Tributaria (AEAT) y con la Seguridad Social, expedidas durante el plazo de presentación de proposiciones establecido para la licitación.
4. Declaración responsable de no estar incurso en algún tipo de prohibición de contratar (*Anexo II*).
5. Documentos justificativos de la solvencia económica y financiera del licitador:
 - a. Cuentas anuales de los tres últimos ejercicios, presentadas en el registro Oficial que corresponda y,
 - b. Declaración relativa al volumen global de negocios, en el ámbito de la actividad correspondiente al objeto del contrato, referida a los tres últimos ejercicios.
6. Compromiso de mantenimiento de precios, sin posibilidad de variación por IPC, durante toda la vigencia del contrato y sus posibles prórrogas (*Anexo III*).
7. Los licitadores podrán acreditar la solvencia técnica y profesional mediante una de las siguientes alternativas.
 - a) Deberán presentar una relación de los principales trabajos similares realizados en los últimos cinco años que incluya importe, fechas y el destinatario, público o privado, de los mismos. Los trabajos efectuados se acreditarán mediante certificados expedidos o visados por el órgano competente, cuando el destinatario sea una entidad del sector público; cuando el destinatario sea una entidad privada, los servicios se acreditarán mediante un certificado expedido por ésta o, a falta de este certificado, mediante una declaración del licitador.

El cumplimiento de las condiciones de experiencia se deducirá exclusivamente de la documentación presentada, sin perjuicio de la facultad de la Institución Ferial Alicantina de hacer las comprobaciones que procedan.

- b) Disponer del Certificado del Registro Oficial de Licitadores y Empresas Clasificadas del Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas, en el que conste que está clasificado en la siguiente categoría:
- o Grupo T: Servicios de contenido
 - o Subgrupo 1: Servicios de publicidad.
 - o Categoría 5

8. Detalle de la estructura organizativa de la empresa.

Sobre nº 2: Documentación económica.

El contenido del sobre nº 2 consistirá propiamente de la oferta económica, y deberá contener todo lo presentado en la **CLÁUSULA 6**, en su apartado Documentación económica.

Sobre nº3: Documentación técnica.

El contenido del sobre nº 3 consistirá propiamente de la oferta económica, y deberá contener todo lo presentado en la **CLÁUSULA 6**, en su apartado de Oferta técnica.

CLÁUSULA 11-. APERTURA DE LAS OFERTAS Y PROPUESTA DE CLASIFICACIÓN Y ADJUDICACIÓN.

Realizada la evaluación de la documentación contenida en el sobre nº 1, procederá la Dirección General de IFA al acto de apertura del sobre nº 3 que contiene la documentación técnica.

Las ofertas que hayan obtenido una puntuación inferior al límite de suficiencia técnica indicado en la Cláusula 7, en su punto 1.2. "Límite de suficiencia técnica" , serán excluidas del procedimiento por presentar una calidad técnica inaceptable.

Las ofertas calificadas como técnicamente aceptables, pasarán a la siguiente fase de valoración, llevándose a efecto la apertura de la oferta económica.

En el caso de que no existan ofertas en el intervalo de calidad técnica aceptable se declarará desierta la licitación.

Valoración de la oferta económica.

Únicamente se procederá a la apertura de las ofertas económicas de las empresas que hayan sido calificadas como APTAS O TÉCNICAMENTE ACEPTABLES.

Dicho acto se realizará en las oficinas de la Institución pudiendo asistir los concurrentes a la presente licitación, que tendrá lugar *el lunes, día 3 de septiembre a las 12:00 horas en IFA.*

Las proposiciones de los interesados deberán ajustarse a lo previsto en el presente Pliego de Condiciones y su presentación supone la aceptación incondicional del contenido de la totalidad de sus cláusulas o condiciones, sin salvedad o reserva alguna. Serán rechazadas las ofertas que no se ajusten a lo previsto en el presente Pliego.

La Comisión Delegada valorará las distintas proposiciones presentadas clasificándolas en orden decreciente de valoración y propondrá al Comité de Dirección de IFA, como órgano de contratación, la adjudicación a favor del licitador que hubiese presentado la proposición que contuviese la oferta más ventajosa según lo establecido en el presente Pliego.

En caso de no resultar admisible ninguna de las ofertas presentadas, la Comisión Delegada propondrá al Comité de dirección que declare desierta la licitación.

CLÁUSULA 12.- CRITERIOS DE VALORACIÓN DE LAS OFERTAS

Adjudicación bajo el criterio de la oferta económicamente más ventajosa.

La oferta económicamente más ventajosa será la que obtenga una puntuación total mayor, resultante de la suma de puntuación técnica y la puntuación económica, según valoración de la Cláusula 7.

De producirse empate, por haber ofertado el mismo precio más de un licitador, se desharía el empate identificando como mejor oferta la de aquella empresa cuya oferta hubiera obtenido una mayor puntuación en la Valoración técnica.

CLÁUSULA 13.- ADJUDICACIÓN DEL CONTRATO

El Comité de Dirección de IFA, teniendo en cuenta la propuesta formulada por la Comisión Delegada, procederá a la adjudicación del contrato a la oferta más ventajosa.

CLÁUSULA 14.- SEGUROS

El contratista estará obligado a suscribir antes de la formalización del contrato y a mantener durante la vigencia total del mismo, las pólizas de seguros que se indican en este apartado.

14.1 Póliza de Seguro de Responsabilidad Civil General

Durante la prestación del servicio, la empresa adjudicataria deberá suscribir y mantener en vigor, a su cargo, un Seguro de Responsabilidad Civil con un límite de indemnización no inferior a 600.000 euros, que garantice las reclamaciones de las que el Contratista pudiera resultar civilmente responsable por los daños materiales o personales, así como perjuicios consecuenciales que la empresa adjudicataria pueda ocasionar a terceros durante el periodo del servicio contratado, así como durante el periodo de pruebas y/o ensayos y/o periodo de garantía, si lo hubiere.

La empresa adjudicataria deberá haber aportado con anterioridad a la firma del contrato copia de la póliza o certificación de la misma y de los justificantes de pago de las correspondientes primas.

De no entregarse los documentos contemplados en el párrafo anterior, daría lugar a la pérdida de la garantía provisional y a la no formalización del Contrato, por lo que se dejaría sin efecto la adjudicación.

En caso de siniestro, cualquier diferencia que surja en el pago de las indemnizaciones, ya sea por aplicación de franquicias u otro tipo de descubierto de los seguros contratados, será íntegramente soportada por la empresa adjudicataria.

La empresa adjudicataria se obliga a reparar los daños y responder por aquellos riesgos que no queden garantizados en las pólizas de seguro que haya contratado según lo dispuesto anteriormente, a fin de llevar a buen término los trabajos conforme a las obligaciones y responsabilidades asumidas por el mismo en el Contrato.

La empresa adjudicataria será el único responsable de las reclamaciones por daños o perjuicios que puedan producirse a terceros como consecuencia de los trabajos contratados, quedando la Institución Ferial Alicantina expresa y totalmente exonerada de responsabilidad alguna, tanto solidario como subsidiaria.

CLÁUSULA 15.- FORMALIZACIÓN DEL CONTRATO

El contrato se formalizará dentro de los QUINCE DÍAS siguientes a la notificación del acuerdo de adjudicación, con sujeción al contenido del presente Pliego, y a la oferta técnica y económica presentada por la empresa adjudicataria.

La empresa adjudicataria se obliga a comparecer en la forma y hora que determine IFA para la firma del contrato.

El presente Pliego formará parte del contrato a suscribir por IFA con la empresa adjudicataria.

La no suscripción del contrato en el plazo indicado por causas imputables a la empresa adjudicataria facultará a IFA para acordar la resolución de la adjudicación, previa audiencia del interesado.

CLÁUSULA 16.- FIANZA DEFINITIVA

La empresa adjudicataria deberá aportar con carácter previo a la firma del contrato fianza definitiva por importe de SEIS MIL EUROS (6.000 euros), que podrá ser constituida mediante aval bancario (*Anexo IV*).

Los documentos de fianza de cualquier tipo que se presenten ante IFA no se aceptarán si no están debidamente intervenidos por Notario.

La fianza será devuelta a la empresa adjudicataria una vez producido el vencimiento del plazo de la garantía y cumplido satisfactoriamente el contrato.

CLÁUSULA 17.- OBLIGACIONES LABORALES Y FISCALES DEL ADJUDICATARIO

1. Corresponde exclusivamente a la empresa adjudicataria la selección del personal que, reuniendo los requisitos de titulación y experiencia, formará parte del equipo de trabajo adscrito a la ejecución del contrato, sin perjuicio de la verificación por parte de IFA del cumplimiento de aquellos requisitos.
2. La empresa adjudicataria procurará que exista estabilidad en el equipo de trabajo, y que las variaciones en su composición sean puntuales y obedezcan a razones justificadas, en orden a no alterar el buen funcionamiento del servicio (cuando existan razones que justifiquen esta existencia), informando en todo momento a IFA.
3. La empresa adjudicataria asume la obligación de ejercer de modo real, efectivo y continuo, sobre el personal integrante del equipo de trabajo encargado de la ejecución del contrato, el poder de dirección inherente a todo empresario. En particular, asumirá la negociación y pago de los salarios, la concesión de permisos, licencias y vacaciones, la sustitución de los trabajadores en casos de baja o ausencia, las obligaciones legales en materia de Seguridad Social, incluido el abono de cotizaciones y el pago de prestaciones, cuando proceda, las obligaciones legales en materia de prevención de riesgos laborales, el ejercicio de la potestad disciplinaria, así como cuantos derechos y obligaciones se deriven de la relación contractual entre empleado y empleador.
4. La empresa adjudicataria velará especialmente porque los trabajadores adscritos a la ejecución del contrato desarrollen su actividad sin extralimitarse en las funciones desempeñadas respecto de la actividad delimitada en los pliegos como objeto del contrato.
5. La empresa adjudicataria estará obligada a ejecutar el contrato en sus propias dependencias o instalaciones.
6. La empresa adjudicataria deberá designar al menos un coordinador técnico o responsable, integrado en su propia plantilla, que tendrá entre sus obligaciones las siguientes:

- a) Actuar como interlocutor de la empresa adjudicataria frente a IFA canalizando la comunicación entre la empresa adjudicataria y el personal integrante del equipo de trabajo adscrito al contrato, de un lado, y la Institución Ferial Alicantina, de otro lado, en todo lo relativo a las cuestiones derivadas de la ejecución del contrato.
- b) Distribuir el trabajo entre el personal encargado de la ejecución del contrato, e impartir a dichos trabajadores las órdenes e instrucciones de trabajo que sean necesarias en relación con la prestación del servicio contratado.
- c) Supervisar el correcto desempeño por parte del personal integrante del equipo de trabajo de las funciones que tienen encomendadas, así como controlar la asistencia de dicho personal al puesto de trabajo.
- d) Organizar el régimen de vacaciones del personal adscrito a la ejecución del contrato, debiendo a tal efecto coordinarse adecuadamente la empresa contratista con IFA, a efectos de no alterar el buen funcionamiento del servicio.
- e) Informar a la Institución Ferial Alicantina acerca de las variaciones, ocasionales o permanentes, en el composición del equipo de trabajo adscrito a la ejecución del contrato.

CLÁUSULA 18.- EJECUCIÓN DEL CONTRATO

1. La empresa adjudicataria se obliga a la ejecución del contrato con exacto cumplimiento de las condiciones recogidas en el presente Pliego, comprometiéndose a aportar todos los elementos necesarios para llevar el mismo a buen término y a realizar cuantas acciones sean necesarias para ello.
2. Si la buena marcha de la ejecución del contrato se compromete por actos u omisiones de la empresa adjudicataria, IFA podrá exigir la adopción de las medidas que estime necesarias.
3. Los trabajos que resulten de la ejecución del Contrato, sea cual sea la fase en que se encuentren, será propiedad de la Institución Ferial Alicantina, quien podrá recabar en cualquier momento la entrega de la parte de los mismos que esté realizada o implantada.

Toda la documentación generada por la Prestación de los Servicios quedará en propiedad de IFA, que estará facultada para utilizarla en su provecho sin restricción alguna.

4. La empresa adjudicataria, para la ejecución de la Prestación de Servicios, deberá disponer de las cesiones, permisos y autorizaciones necesarios de los titulares de los derechos, patentes, modelos y marcas de fábrica y "Copyright" correspondientes, corriendo de su exclusiva cuenta el pago de los derechos por tales conceptos, así como el de las indemnizaciones que en su caso procedieren.

La empresa adjudicataria será responsable de toda reclamación relativa a la propiedad intelectual, industrial y comercial, de tal modo que si se produjera cualquier reclamación contra IFA con fundamento en la infracción de las obligaciones prescritas en el párrafo precedente, asumirá los gastos de defensa judicial o extrajudicial que se ocasionen a IFA por tal motivo.

La empresa adjudicataria reintegrará a IFA, con carácter inmediato, las cantidades que éste haya tenido que satisfacer como consecuencia de cualquier reclamación que se haya efectuado en ésta materia, quedando facultada la Institución Ferial Alicantina para descontar de los pagos que haya de satisfacer la empresa adjudicataria las cantidades a las que se refiere esta condición, si no le fueran oportunamente reintegradas por este.

CLÁUSULA 19.- RESPONSABILIDAD DE LA EMPRESA ADJUDICATARIA

La empresa adjudicataria responderá de los daños y perjuicios que se causen tanto a IFA como a terceros por el incumplimiento del contrato así como por los que se deriven de defectos o insuficiencias técnicas de los trabajos o servicios realizados, o de errores materiales, omisiones o infracciones de preceptos legales o reglamentarios en que el adjudicatario o el personal técnico interviniente en la redacción haya incurrido.

CLÁUSULA 20.- CONFIDENCIALIDAD

La empresa adjudicataria queda expresamente obligado, durante la ejecución del contrato y por un periodo de 5 años a contar desde finalización, a mantener absoluta confidencialidad y reserva sobre cualquier dato que pudiera conocer con ocasión del cumplimiento del contrato.

Para garantizar la observación de la obligación aquí contemplada, deberá divulgar entre sus empleados la obligación del deber de secreto, respondiendo de todos los daños y perjuicios que su actuación pueda ocasionar. El personal de la empresa adjudicataria que, directa o indirectamente pudiera tener acceso a información de IFA, deberá aceptar los términos de la presente condición y comprometerse a su cumplimiento en todo en cuanto les resulte aplicable con carácter previo a recibir dicha información sin perjuicio de la responsabilidad de la empresa adjudicataria por los actos de sus dependientes.

La empresa adjudicataria se compromete a tomar las medidas necesarias para la buena conservación de la información, durante la ejecución del contrato. En todo caso, al finalizar la relación contractual, deberá devolver la información confidencial cualquier que sea el soporte en que la misma conste o se encuentre fijada. Si dicho soporte no fuera susceptible de devolución, se compromete a la eliminación de la información confidencial del mismo. Si dicha devolución no fuera posible se compromete a la eliminación del soporte, previa autorización de IFA, dejando a salvo aquella información que, por obligación legal deba conservarse por la propia empresa adjudicataria o ponerse a disposición de las autoridades judiciales o administrativas correspondientes.

CLÁUSULA 21.- DATOS DE CARÁCTER PERSONAL – PROTECCIÓN DE DATOS

La Institución Ferial Alicantina sólo autorizará a la empresa adjudicataria a acceder a datos de carácter personal en aquellos supuesto en que resulte necesario para la prestación del servicio contratado, en cuyo caso la empresa adjudicataria asumirá las obligaciones de un Encargado del Tratamiento, conforme a lo previsto en la LOPD, sin que dicho acceso de la empresa adjudicataria a los datos personales se produzca en calidad de cesionario de los mismos.

Durante la ejecución del Contrato, la empresa adjudicataria tendrá la obligación de tratar los datos conforme a las instrucciones recibidas del responsable del tratamiento y en cualquier caso aplicará todas las medidas exigidas por el último Reglamento de Desarrollo de la Ley Orgánica de la LOPD, no pudiendo aplicarlos o utilizarlos con fin distinto al figurado en el contrato, ni los comunicará, ni siquiera para su conservación, a otras personas.

Una vez cumplida la prestación contractual, los datos de carácter personal deben ser destruidos o devueltos al responsable del tratamiento, al igual que cualquier soporte o documento en que conste algún dato de tal naturaleza objeto del tratamiento.

Si por la prestación del servicio contratado, la empresa adjudicataria utilizase cuestionarios u otros impresos para la recogida de datos de carácter personal, vendrá obligado a que figuren en los mismos, de forma claramente legible, las siguientes advertencias:

- a) La existencia de un fichero o tratamiento de datos de carácter personal, de la finalidad de su recogida y los destinatarios de la información.
- b) El carácter obligatorio o facultativo de las respuestas.
- c) De las consecuencias de la obtención de datos o negativa a suministrarlos.
- d) Posibilidad de ejercitar los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición.
- e) Identidad y dirección del responsable del tratamiento o de su representante.

No se precisará facilitar la información contenida en las letras b), c) y d), si del contenido se deduce claramente la naturaleza de los datos o de las circunstancias en que se recaban.

Lo anterior no será de aplicación si los datos proceden de fuentes accesibles al público y se destinan a la actividad de publicidad o prospección comercial, en cuyo caso, en las comunicaciones que la empresa adjudicataria deba hacer a los interesados deberá indicar el origen de los datos, el responsable del fichero y los derechos que le asisten.

Todo lo anterior se establece de conformidad con la vigente normativa sobre protección de datos de carácter personal. En caso de incumplimiento de las obligaciones recogidas en la presente Condición, la empresa adjudicataria responderá de los daños y perjuicios que por este motivo se le irroguen a la Institución Ferial Alicantina pudiendo este, para resarcirse de los mismos, ejecutar la fianza que tuviera constituida o compensar su importe de cualquier saldo que en ese momento presentase a su favor IFA.

Para los casos en que la ejecución del contrato origine la comunicación por la empresa adjudicataria a IFA de datos de carácter personal de sus empleados o de cualquier otro dato de carácter personal, la empresa adjudicataria se compromete a:

- a) No comunicar datos personales sin el consentimiento de las personas físicas interesadas o, en su caso, sin autorización legal.

- b) Informar a las personas físicas a que se refieran los datos personales de todos los extremos que exige en la vigente normativa sobre protección de datos de carácter personal y, específicamente, de la eventual incorporación de tales datos a los ficheros (automatizados o no) de IFA que pudiera ser necesario crear con finalidades de gestión y registro de la ejecución del contrato objeto de este concurso.
- c) Cumplir con cualquier otra obligación que les corresponda conforme a la normativa vigente en esta materia.

CLÁUSULA 22.- CESIÓN Y SUBCONTRATACIÓN DEL CONTRATO

Queda prohibida la cesión, subcontratación o traspaso de los derechos y obligaciones dimanantes del contrato sin previa autorización expresa y escrita de IFA.

CLÁUSULA 23.- CAUSAS DE RESOLUCIÓN DEL CONTRATO

El incumplimiento por la empresa adjudicataria de las obligaciones previstas en este Pliego facultará a IFA a instar la resolución del contrato.

Sin perjuicio de lo establecido en esta CLÁUSULA, IFA podrá optar por exigir de la empresa adjudicataria el cumplimiento del contrato.

CLÁUSULA 24.- SUSPENSIÓN DE LA LICITACIÓN

IFA se reserva el derecho a suspender temporal o definitivamente, por causa justificada, la licitación objeto del presente Pliego de Condiciones en cualquier momento anterior a la adjudicación.

CLÁUSULA 25.- JURISDICCIÓN COMPETENTE

La resolución de cualquier cuestión litigiosa que pueda derivarse de la interpretación o cumplimiento del contrato se efectuará por sometimiento al fuero jurisdiccional de los Juzgados y Tribunales de la ciudad de Elche.

ANEXO I.- MODELO DE INSTANCIA QUE ACOMPAÑA A LA DOCUMENTACIÓN PRESENTADA

D./Dña. _____,

con NIF: _____ en nombre propio o en representación de la mercantil

_____, con

NIF _____, domicilio en _____, teléfono

_____ y correo electrónico _____, en calidad

de _____, enterado de la licitación convocada para la adjudicación del servicio de una central de medios de publicidad para la difusión de las campañas publicitarias, de los certámenes organizados por la Institución Ferial Alicantina, participo en la misma de conformidad con lo dispuesto en el Pliego de Condiciones Administrativas que regula dicha licitación, aportando el sobre que se acompaña, que incluye la siguiente documentación:

Sobre nº 1: Documentación administrativa.

Sobre nº 2: Documentación económica.

Sobre nº 3: Documentación técnica.

Elche, a __ de _____ del 2018

Firma del licitador

ANEXO II.- MODELO DE DECLARACIÓN RESPONSABLE

D./Dña. _____, con
NIF _____, en nombre propio o en representación de la mercantil
_____, con
NIF _____, en calidad de _____,

DECLARA:

1. Que el licitador se halla al corriente del cumplimiento de las obligaciones tributarias y de Seguridad Social impuestas por las disposiciones vigentes.
2. Que el licitador reúne los requisitos y capacidad suficientes para contratar con IFA, conforme a lo dispuesto en el Pliego de Condiciones que regula la adjudicación del *servicio de una central de medios de publicidad para la difusión de las campañas publicitarias, de los certámenes organizados por la Institución Ferial Alicantina.*

Elche, a __ de _____ del 2018

Firma del licitador

ANEXO III. MODELO DE COMPROMISO DE MANTENIMIENTO DE PRECIOS

D./Dña. _____, con
NIF _____, en nombre propio o en representación de la mercantil
_____, con
NIF _____, en calidad de _____,

SE COMPROMETE:

Al mantenimiento de precios, sin posibilidad de variación por IPC, durante toda la vigencia del contrato y sus posibles prórrogas, conforme a lo dispuesto en el Pliego de Condiciones que regula la adjudicación del servicio *de una central de medios de publicidad para la difusión de las campañas publicitarias, de los certámenes organizados por la Institución Ferial Alicantina.*

Elche, a __ de _____ del 2018

Firma del licitador

ANEXO IV.- MODELO DE AVAL PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA GARANTÍA DEFINITIVA

La entidad _____, con N.I.F. nº _____, con domicilio (a efectos de notificaciones y requerimientos) en _____ en la dirección _____, C.P. _____ y en su nombre (nombre y apellidos de los apoderados) _____ con poderes suficientes para obligarle en este acto,

AVALA

a _____, con N.I.F. nº _____, para responder de las obligaciones siguientes: Fianza Definitiva para garantizar las obligaciones que se derivan para el avalado del cumplimiento del "Contrato del *servicio de una central de medios de publicidad para la difusión de las campañas publicitarias, de los certámenes organizados por la Institución Ferial Alicantina (IFA)*, ante la "INSTITUCIÓN FERIAL ALICANTINA" (IFA), por importe de _____ € (_____
_____)EUROS).

Este Aval responde de los conceptos citados en el artículo 100 del Real Decreto Legislativo 3/2011 de 14 de noviembre y se otorga solidariamente respecto al obligado principal, con renuncia expresa a los beneficios de excusión, orden y división y con compromiso de pago al primer requerimiento por parte de la "INSTITUCIÓN FERIAL ALICANTINA"

Este Aval se constituye por tiempo indefinido y no podrá ser cancelado sin autorización expresa de IFA.

El presente Aval ha quedado inscrito en el Registro Especial de Avaluos con el nº _____

En _____, a ____ de _____ de 2018
(Firma de los Apoderados)

Por conocimiento de las firmas y de las facultades de los apoderados de la entidad avalista.

En _____, a ____ de _____ de 2018

EL NOTARIO

