



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 FERIA L Alicantina (IFA)

## ÍNDICE

### CAPÍTULO I. DISPOSICIONES GENERALES

1. DENOMINACIÓN DE IFA
2. OBJETO DEL CONTRATO.
3. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO.
4. GESTIÓN DEL CONTRATO.
5. PRESUPUESTO.
6. DURACIÓN DEL CONTRATO

### CAPÍTULO II. LICITACION.

7. ÓRGANO DE CONTRATACIÓN
8. MESA DE CONTRATACIÓN
9. PUBLICIDAD
10. LUGAR Y PLAZO DE PRESENTACIÓN DE OFERTAS
11. DOCUMENTACIÓN A APORTAR POR LOS LICITADORES

### CAPÍTULO III. ADJUDICACIÓN Y FORMALIZACIÓN.

12. OFERTAS.
13. APERTURA DE LAS OFERTAS Y PROPUESTA DE CLASIFICACIÓN Y ADJUDICACIÓN
14. CRITERIOS DE VALORACIÓN DE LAS OFERTAS
15. ADJUDICACIÓN DEL CONTRATO
16. FORMALIZACIÓN DEL CONTRATO

### CAPÍTULO IV. EJECUCIÓN DEL CONTRATO.

17. EJECUCIÓN DEL CONTRATO
18. SEGUROS
19. OBLIGACIONES LABORALES Y FISCALES DEL ADJUDICATARIO
20. FORMA DE PAGO.
21. RESPONSABILIDAD DE LA EMPRESA ADJUDICATARIA
22. CESIÓN Y SUBCONTRATACIÓN DEL CONTRATO

### CAPÍTULO V. EXTINCIÓN DEL CONTRATO.

23. CAUSAS DE RESOLUCIÓN DEL CONTRATO
24. SUSPENSIÓN DE LA LICITACIÓN

## CAPÍTULO VI. OTRAS DISPOSICIONES

25. CONFIDENCIALIDAD

26. DATOS DE CARÁCTER PERSONAL – PROTECCIÓN DE DATOS

27. JURISDICCIÓN COMPETENTE

## ANEXOS

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

Anexo II.- Modelo de declaración responsable.

Anexo III.- Modelo de oferta económica radio.

Anexo IV.- Modelo de oferta económica vallas.

Anexo V.- Modelo de oferta económica prensa especializada.

Anexo VI.-Modelo de oferta económica medios extranjeros.

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

### CAPÍTULO I. DISPOSICIONES GENERALES

---

#### CLÁUSULA 1.- DENOMINACIÓN DE IFA.

Según los artículos 1 y 2 de los Estatutos vigentes de IFA, se constituye la Institución Ferial Alicantina (IFA) como asociación, al amparo de la Ley Orgánica 1/2002, de 22 de marzo, sin ánimo de lucro, en el campo delimitado por la legislación vigente. Utilizará indistintamente su denominación en castellano o en valenciano, así como las siglas IFA.

La Institución Ferial Alicantina se rige por los estatutos vigentes y por la legislación que le pueda afectar como asociación y como entidad ferial.

La Institución Ferial Alicantina tiene personalidad jurídica propia y capacidad plena de obrar para administrar y disponer de sus bienes, y se configura como una asociación de carácter consorcial formada por entidades públicas y privadas para el cumplimiento de los fines de la Institución.

#### CLÁUSULA 2.- 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 3.- DESCRIPCIÓN 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 y soportes publicitarios exteriores. Quedando exenta la prensa general escrita, la televisión y rrs-internet.

- 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.

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 III 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 4.- 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-Coordinador 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 5. - PRESUPUESTO.**

Se establece un presupuesto total **para los dos años** (IVA INCLUIDO) de **DOSCIENTOS OCHENTA Y CINCO MIL TRESCIENTOS DIECIOCHO EUROS (285.318.- €)**.

Dicho importe queda desglosado de la siguiente manera:

- a) DOSCIENTOS TREINTA Y CINCO MIL OCHOCIENTOS EUROS (235.800.- €)
- b) IVA a soportar por la Institución Ferial Alicantina al 21%: CUARENTA Y NUEVE MIL QUINIENTOS DIECIOCHO EUROS (49.518.- €).

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 6.- DURACIÓN DEL CONTRATO**

La duración del contrato será la comprendida entre el día *1 de enero de 2020 y el 31 de diciembre de 2021*.

### **CAPÍTULO II. LICITACIÓN**

---

#### **CLÁUSULA 7.- ÓRGANO DE CONTRATACIÓN.**



El órgano de contratación competente para la adjudicación, según el artículo 22 de los Estatutos de IFA, es el Comité de Dirección de IFA.

#### **CLÁUSULA 8.- MESA DE CONTRATACIÓN.**

El Comité de Dirección como órgano competente para la adjudicación del presente contrato estará asistido en el procedimiento de adjudicación por una mesa de contratación que calificará la documentación general acreditada y valorará las proposiciones de los licitadores. La mesa de contratación de IFA tendrá la siguiente composición:

- Presidente: José Luis Gisbert, Presidente del Comité de Dirección de IFA.
- Vocal: Antonio Martínez Gómez, Vicepresidente de IFA.
- Secretaria: Esther Guilabert Bordonado, Directora General de IFA.

La mesa de contratación podrá solicitar el asesoramiento de técnicos o expertos independientes con conocimientos acreditados en las materias relacionadas con el objeto del contrato.

Dicha asistencia deberá ser reflejada expresamente en el expediente.

La mesa de contratación quedará válidamente constituida cuando concurran a la reunión todos sus miembros.

Por la secretaria se levantarán las correspondientes actas del contenido de las reuniones y de los acuerdos de la mesa de contratación, que serán firmadas por todos los asistentes.

#### **CLÁUSULA 9.- PUBLICIDAD.**

Con el fin de garantizar la transparencia y el acceso público a la información relativa a la actividad contractual de IFA, toda la información relativa a licitaciones y adjudicaciones se facilita a través de la sección "Perfil del contratante" de la página Web de IFA: [www.feria-alicante.com](http://www.feria-alicante.com). Así como se le dará difusión a través de la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Alicante; la Confederación Empresarial de la Comunidad Valenciana y la Asociación de Publicidad de la Provincia de Alicante- Asociación 361º.

#### **CLÁUSULA 10.- 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 29 de octubre de 2019**, 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 11.- 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.

6. 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 esta 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

7. Detalle de la estructura organizativa de la empresa.

#### **Sobre nº 2: Documentación técnica.**

El contenido del sobre nº 2 consistirá propiamente de la oferta técnica, y deberá contener todo lo presentado en la **CLÁUSULA 12**, en su apartado oferta técnica.

#### **Sobre nº3: Documentación económica.**

El contenido del sobre nº 3 consistirá propiamente en la oferta económica, y deberá contener todo lo solicitado en la **CLÁUSULA 12**, en su apartado de oferta económica.

Las ofertas tendrán un periodo de validez de tres meses a partir de la fecha de finalización del plazo establecido para su presentación.

### **CAPÍTULO III. ADJUDICACIÓN Y FORMALIZACIÓN**

---

#### **CLÁUSULA 12. OFERTAS.**

## OFERTA ECONÓMICA:

Cada empresa licitadora indicará, en su oferta económica:

- La oferta de mejora para cada una de las categorías de medios establecidas, según Anexos III, IV, V y VI del presente pliego de condiciones.

Documentación a presentar en la oferta técnica:

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

## OFERTA TÉCNICA:

### 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 14.2.1 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 EXPONADAL

1. **Ficha técnica Exponadal 2019-2020.**

**DENOMINACION:** EXPONADAL, Exposición de Ocio Infantil y Juvenil.

**FECHAS DE CELEBRACION:** del 26 de diciembre de 2019 al 5 de enero de 2020.

**HORARIO:** de 11:00h a 21:00h. **HORARIO ESPECIAL 31 DE DICIEMBRE:** de 11:00h a 19:00h.

**EDICION:** 26ª.

**AMBITO:** Provincial.

**PERIODICIDAD:** Anual.

**SECTORES EXPOSITORES:** Ocio infantil y juvenil, atracciones feriales, manualidades y talleres de todo tipo, organizaciones y empresas de alimentación y bienestar, servicios para niños y jóvenes, entretenimiento y espectáculos.

**SECTORES VISITANTES:** Público en general.

**ACTIVIDADES:** Atracciones feriales, hinchables, manualidades, bebeteca, gymkanas familiares, videojuegos, deportes, cuentacuentos, magia, pintacaras, títeres, buzón de los Reyes Magos, scalextric gigante, tómbola, pesca de patos, alimentación, regalos, juegos... Cabalgata de los Reyes Magos, pasacalles de disfraces, etc.

**PROMOCION:** Radio y soporte exterior.

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

**ORGANIZA:** Institución Ferial Alicantina.

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 gran oferta de actividades navideñas ofrecidas por servicios públicos y privados con más cercanía en los propios municipios de la provincia, así como las nuevas inquietudes de ocio

ponen sobre la mesa la necesidad de desarrollar formatos publicitarios además de los tradicionales para impactar en nuestras audiencias.

En la última edición de esta feria, se externalizó la organización de la misma, cambiando considerablemente el formato habitual, con la conclusión de una percepción del servicio por parte del visitante, bastante deteriorada.

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, además de realizar acciones de marketing offline de buzoneo y reparto estratégico de cupones y bonos descuento; prensa general y televisión.

Como objetivos del plan estratégico cabe señalar que ha de permitir la explotación de los soportes, dinamizando y fomentando la imagen de Exponadal como una feria que ofrece tanto actividades, como atracciones; no sólo para niños, sino también para que puedan participar en familia. 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: **15.500.- €** (IVA no incluido).
- Medios: Radio (incluida creatividad y grabación cuña), Soportes exteriores (incluido papel y fijación del mismo en una valla propiedad de la Institución Ferial Alicantina). Se deberá argumentar el presupuesto destinado a cada uno de ellos.
- El licitador deberá definir el periodo y duración de la campaña, así como argumentar cuando es el mejor momento y 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 13-. APERTURA DE LAS OFERTAS Y PROPUESTA DE CLASIFICACIÓN Y ADJUDICACIÓN.**

Realizada la evaluación de la documentación contenida en los sobres nº 1 y nº 2, procederá la Dirección General de IFA al acto de apertura del sobre nº 3 que contiene la documentación económica.

Dicho acto se realizará en las oficinas de la Institución pudiendo asistir los concurrentes a la presente licitación, que tendrá lugar el *día 31 de octubre de 2019 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 Mesa de Contratación 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 Mesa de Contratación propondrá al Comité de dirección que declare desierta la licitación.

### **CLÁUSULA 14.- CRITERIOS DE VALORACIÓN DE LAS OFERTAS.**

Para determinar la oferta más ventajosa, la Mesa de Contratación tendrá en cuenta los siguientes criterios:

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

Oferta Técnica..... hasta 30 puntos

1.1. Plan de comunicación ..... 15 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.

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.
- 1 puntos: si el planteamiento es coherente, incompleto y nivel de detalle bajo.
- 2 puntos: si el planteamiento es coherente, completo y nivel de detalle bajo.
- 4 puntos: si el planteamiento es coherente, completo y nivel de detalle medio.
- 5 puntos: si el planteamiento es coherente, completo y nivel de detalle alto.

1.2. Gestión y supervisión de la campaña ..... 15 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 y herramientas
- b) Fuentes oficiales diferentes a la exigida
- c) 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.
- 4 puntos: si el planteamiento es coherente, completo y nivel de detalle medio.
- 5 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 OBJETIVOS (valoración económica):

Oferta Económica ..... Hasta 70 puntos

De 0 a 70 puntos: Propuesta económica. Se otorgarán un máximo de 70 puntos a la oferta económica:

- Se asignarán 70 puntos a todas aquellas ofertas con una baja entre 1,5 y 3 puntos porcentuales respecto a la oferta económica media.
- Se asignarán 60 puntos a todas aquellas ofertas con una baja entre 0 y 1,49 puntos porcentuales respecto a la oferta económica media.
- Se asignarán 50 puntos a todas aquellas ofertas con un incremento entre 0,01 y 3 puntos porcentuales respecto a la oferta económica media.
- Se asignarán 40 puntos a todas aquellas ofertas agrupadas entre +3,01 y +5 puntos porcentuales respecto a la oferta económica media.

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

El Comité de Dirección de IFA, como órgano competente para la adjudicación del presente contrato, estará asistido en el procedimiento de adjudicación por la Mesa de Contratación de IFA que será competente para la valoración de las ofertas, quien procederá al estudio de las propuestas presentadas por los licitadores, descartando aquellas que no acrediten la solvencia profesional y valorando las restantes en función de la puntuación establecida.

IFA se reserva el derecho incondicional de rechazar todas las proposiciones.

#### **CLÁUSULA 15.- ADJUDICACIÓN DEL CONTRATO**

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

#### **CLÁUSULA 16.- 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.

### **CAPÍTULO IV. EJECUCIÓN DEL CONTRATO**

---

#### **CLÁUSULA 17.- 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 18.- SEGUROS**

El contratista estará obligado a suscribir antes de la formalización del contrato y a mantener durante la vigencia total del mismo, siguiente póliza de seguro:

##### **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 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 19.- 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 la composición del equipo de trabajo adscrito a la ejecución del contrato.

#### CLÁUSULA 20.- 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 número 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 enviará 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: número 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 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 21.- 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 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.

### **CAPÍTULO V. EXTINCIÓN DEL CONTRATO**

---

#### **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.

### **CAPÍTULO VI. OTRAS DISPOSICIONES**

---

#### **CLÁUSULA 25.- 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 26.- DATOS DE CARÁCTER PERSONAL – PROTECCIÓN DE DATOS**

Se detalla a continuación las condiciones de la POLÍTICA DE PRIVACIDAD Y PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES que aplica IFA en relación a la gestión del PROCESO DE LICITACIÓN Y CONTRATACIÓN PÚBLICA DE OBRAS, SERVICIOS Y/O SUMINISTROS, en cumplimiento del Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales (Reglamento General de Protección de Datos) y de la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personal y garantía de los derechos digitales.

Responsable del tratamiento: Institución Ferial Alicantina (IFA). G-03021730

Domicilio del responsable: Carretera Nacional 340, Km. 731, 03320 Elche (Alicante)

Finalidades del tratamiento: La gestión del proceso de licitación, adjudicación y contratación pública de obras, servicios y/o suministros.



Tipos de datos: Las categorías de datos obtenidos de las personas interesadas son de carácter identificativo, características personales, y/o información económica, financiera y de seguros.

No se tratan categorías especiales de datos.

Legitimación/Base jurídica: La base legal del tratamiento es la participación voluntaria en un proceso de licitación, adjudicación y contratación pública convocado por IFA, siendo de aplicación lo dispuesto en el artículo 6.1.c) del Reglamento General de Protección de Datos, "tratamiento necesario para el cumplimiento de una obligación legal aplicable al responsable del tratamiento" y en el artículo 8.1. de la Ley Orgánica 3/2018.

A los efectos de lo establecido en el artículo 3 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se transponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014, IFA forma parte del sector público de la Generalitat Valenciana y tiene la consideración de poder adjudicador que no reúne la condición de Administración Pública.

Los contratos que celebra IFA tienen la consideración de privados, según el artículo 26.1 de la Ley 9/2017.

En el Título I del Libro Tercero de la Ley 9/2017 (artículos 316 a 320), se recoge la regulación de los contratos de los poderes adjudicadores no Administración Pública, resultando aplicable a su preparación y adjudicación un régimen jurídico público, mientras que, por el contrario, en cuanto a sus efectos y extinción les serán aplicables las normas de derecho privado, así como aquellas otras a las que se refiere el artículo 319.

Conservación de datos: Los datos personales se integran en un expediente que da soporte al procedimiento de licitación, adjudicación y contratación pública, formando parte de una base de datos de licitadores interesados de IFA, y serán conservados durante el periodo que duren las relaciones y necesidades de comunicación entre las partes vinculadas a dicho procedimiento.

Los datos se conservarán mientras el tratamiento permanezca amparado en las condiciones que fundamentan la base jurídica expuesta en el apartado anterior. Cuando no exista dicha legitimación, los datos se eliminarán, bloqueando los mismos.

Los datos bloqueados quedarán a disposición exclusiva de las administraciones y autoridades públicas competentes, para la exigencia de posibles responsabilidades derivadas del tratamiento y por el plazo de prescripción de las mismas.

Destinatarios de los datos: No se comunican datos a terceros, salvo obligación legal.

Derechos: En virtud del Reglamento General de Protección de Datos y la Ley Orgánica 3/2018, las personas interesadas disponen de los derechos de acceso, rectificación, supresión, limitación, portabilidad y oposición respecto del tratamiento de sus datos personales, solicitándolo por cualquier medio que deje constancia de su envío y recepción, expresando claramente su deseo y acompañando fotocopia de su DNI y cuantos documentos sean necesarios para acreditar su identidad.

No debe olvidarse indicar los motivos que justifiquen el ejercicio del derecho. Para ello, se podrá dirigir un escrito, bien a la dirección de correo electrónico [datos@ifavirtual.com](mailto:datos@ifavirtual.com), o a la dirección Ctra. N-340, Km. 73 03320 Elche – Alicante. Este escrito contendrá:

- Nombre y apellidos de la persona interesada.
- Fotocopia de su documento nacional de identidad, o de su pasaporte u otro documento válido que la identifique y, en su caso, de la persona que la represente.
- Formulario para el ejercicio del derecho solicitado.
- Dirección a efectos de notificaciones, fecha y firma de la persona solicitante.
- Documentos acreditativos de la petición que formula, en su caso.

Los formularios para el ejercicio de estos derechos, pueden solicitarlos a través del formulario de contacto de nuestra página Web: [www.feria-alicante.com](http://www.feria-alicante.com).

Si considera que el tratamiento de datos personales que le conciernen infringe el RGPD tendrá derecho a presentar una reclamación ante la Agencia Española de Protección de Datos, con domicilio en calle Jorge Juan, nº 6, 28001 Madrid, teléfono 901 100 099 y sitio Web [www.agpd.es](http://www.agpd.es).

#### **CLÁUSULA 27- 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 técnica.

Sobre nº 3: Documentación económica.

Elche, a \_\_ de \_\_\_\_\_ de 2019

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 \_\_\_\_\_ de 2019

Firma del licitador

ANEXO III MODELO DE OFERTA ECONÓMICA RADIO ANUAL

**RADIO**

EMISORAS	TOTAL CUÑAS
<i>Ser Alicante</i>	303
<i>Cope Alicante</i>	291
<i>Los 40 Alicante</i>	210
<i>Onda Cero Alicante</i>	20
<i>Ser Elche</i>	197
<i>Los 40 Elche</i>	288
<i>Europa Elche</i>	246
<i>Cope Elche</i>	277
<i>Ser Villena</i>	177
<i>Ser Orihuela</i>	242
<i>Cope Alcoy</i>	129
<i>Ser Alcoy</i>	85
<i>Cadena 100 Benidorm</i>	202
<i>OCR Vega Baja</i>	185
<i>Cope Sureste</i>	69
<i>40 principales Elda</i>	20
<i>Kiss FM Orihuela</i>	176
<i>Radio Aspe</i>	298
<i>OCR Alicante</i>	300
<i>Kiss FM Alicante</i>	50
<i>OCR Elche</i>	333
<i>Ser Denia</i>	167
<i>40 Alcoy</i>	114
<i>Cope Alcoy</i>	56
<i>40 Elda</i>	164
<i>Radio Ibi</i>	107
<i>Ser Elda</i>	69
<i>Dial Alicante</i>	64
<i>Ser Litoral</i>	39
<i>Ser Benidorm</i>	39
<i>Cope Villena</i>	65
<i>Cope Denia</i>	65
<i>Radio Sirena Cope Benidorm</i>	66
<i>OCR Marina Baixa</i>	78
<i>OCR Alcoy</i>	78

N.º DE CUÑAS - Creatividad	10
----------------------------	----

TOTAL	60.159,87
-------	-----------

<b>OFERTA</b>	
---------------	--

ANEXO IV MODELO DE OFERTA ECONÓMICA VALLAS ANUAL

VALLAS

<b>FIJACIÓN VALLAS</b>	12
<b>PRODUCCIÓN PAPEL</b>	286

<b>ELCHE</b>	54
<b>ALICANTE</b>	50
<b>ORIHUELA</b>	7
<b>TORREVIEJA</b>	7
<b>ALMORADI</b>	7
<b>MONFORTE</b>	4
<b>GUARDAMAR</b>	7
<b>ELDA-PETRER</b>	6
<b>BENIDORM</b>	5
<b>IBI</b>	4
<b>ALCOY</b>	5
<b>MURCIA</b>	18
<b>Novelda</b>	4
<b>El Campello</b>	4
<b>Denia</b>	1
<b>COCENTAINA</b>	1
<b>CREVILLENTE</b>	1
<b>CASTALLA</b>	1
<b>SAN JUAN</b>	1
<b>MUCHAMIEL</b>	1
<b>GRAN ALACANT-ARENALES</b>	2
<b>BANYERES-VILLENA</b>	1

TOTAL	47.995,72 €
-------	-------------

OFERTA	<input type="text"/>
--------	----------------------

ANEXO V MODELO DE OFERTA ECONÓMICA PRENSA ESPECIALIZADA

ANUAL

**PRENSA ESPECIALIZADA**

<b>Soportes</b>	<b>Inserciones</b>
<b>AUTOFOTO</b>	1
<b>MOTOCICLISMO CLÁSICO</b>	1
	COBERTURA EDITORIAL
	BANNER
	ENLACE EN DIRECTORIO
<b>MOTOR CLÁSICO</b>	1
<b>COCHES CLÁSICOS</b>	1
<b>CLÁSICOS DE OCASIÓN</b>	1
<b>N&amp;Y M@GAZINE</b>	2
<b>SKIPPER</b>	1
<b>GARDEN MAGAZINE</b>	2
<b>interempresas.net/Jardinería</b>	1 BANNER + 1 DIGITAL
<b>Horticultura</b>	1/2 PÁGINA
<b>interempresas.net/Hortícola</b>	2 BANNER
<b>Plantflor</b>	e-mailing base datos profesional 8.000 contactos

<b>TOTAL PRENSA ESPECIALIZADA</b>	<b>5.520,44 €</b>
-----------------------------------	-------------------

<b>OFERTA</b>	
---------------	--

ANEXO VI MODELO DE OFERTA ECONÓMICA MEDIOS EXTRANJEROS  
ANUAL

## MEDIOS EXTRANJEROS

Radio	Cuñas
<i>SPECTRUM</i>	80
<i>BAY RADIO</i>	80
<i>SUNSHINE</i>	80

<i>CUÑA EN INGLÉS GRABACIÓN</i>	1
---------------------------------	---

<b>TOTAL</b>	862,60 €
--------------	----------

Prensa	Inserciones
<i>COSTA BLANCA PEOPLE</i>	2
<i>THE LEADER</i>	2
<i>COSTA BLANCA NEWS (en Sección Ocio)</i>	2
<i>THE POST (en sección Ocio)</i>	2
<i>COSTA BLANCA NACHRICHTEN</i>	2
<i>EUROWEEKLY</i>	2
<i>COSTA CAR TRADER</i>	1

<b>TOTAL</b>	3.361,37€
--------------	-----------

<b>TOTAL MEDIOS EXTRANJEROS</b>	4.223,97 €
---------------------------------	------------

<b>OFERTA</b>	<input type="text"/>
---------------	----------------------