

DOSIER ZK. - Nº EXPEDIENTE:

2024/CO_SSER/0043

PLIEGO DE CLÁUSULAS TÉCNICAS PARTICULARES DEL AYUNTAMIENTO DE VITORIA-GASTEIZ PARA LA CONTRATACIÓN MEDIANTE PROCEDIMIENTO Abierto Simplificado

Expediente : 2024/CO_SSER/0043

Título : Campaña de comunicación para difundir la promoción del emprendimiento y los recursos que el Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz ofrece a las personas emprendedoras de cada fase de desarrollo de su proyecto empresarial

Departamento : EKONOMIA,SUSTAPENA,ENPLEGUA,MERKATARITZA ETA TURISMOA
PROMOCIÓN ECONÓMICA, EMPLEO, COMERCIO Y TURISMO

Código CPV : 79340000 Servicios de publicidad y de marketing
79341000 Servicios de publicidad
79341200 Servicios de gestión publicitaria
79341400 Servicios de campañas de publicidad

1. DEPARTAMENTO QUE INICIA LA CONTRATACIÓN

Departamento de Promoción Económica, Empleo, Comercio y Turismo del Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz.

2. OBJETO DEL CONTRATO

El presente contrato tiene como objeto la **creación y realización de una campaña de comunicación** para difundir el importante papel del **Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz como agente impulsor del emprendimiento en la ciudad, mostrando las acciones que pone en marcha** para fomentar el espíritu emprendedor y apoyar a las personas emprendedoras en el desarrollo de su proyecto empresarial.

La campaña se debe dirigir, por una parte, a la **ciudadanía en general** para comunicar el papel activo del Ayuntamiento como impulsor del espíritu emprendedor, por otra, a las **personas emprendedoras** para mostrarles los recursos municipales para apoyar sus ideas de negocio y finalmente, a **colectivos específicos relacionados con el proceso emprendedor**: sector educativo, asociaciones profesionales y empresariales, empresas e instituciones.

Los planes de comunicación tendrán en cuenta las particularidades de los target descritos y deberán contemplar acciones específicas para cada uno de ellos.

La empresa adjudicataria deberá desarrollar:

- el planteamiento estratégico de la campaña.
- el diseño del plan de comunicación y acciones de difusión.
- la creación y desarrollo de las piezas de comunicación.
- la contratación, gestión y ejecución de las acciones propuestas en el Plan de medios y acciones de difusión para lo que se destinará al menos un 70% del presupuesto del contrato.

3. OBJETIVOS DE LA CAMPAÑA

Los objetivos de la campaña son:

- Mostrar el emprendimiento como uno de los pilares de desarrollo, identidad y progreso de Vitoria-Gasteiz. La ciudad como un entorno emprendedor.

Egiaztatzeko kode seguruak (EKS) agiri elektronikoen kopiatan baten osotasuna egiaztatzea ahalbidetzen du, helbide honetan: https://sedeelectronica.vitoria-gasteiz.org/verifirmav2/ El código de verificación (CSV) permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://sedeelectronica.vitoria-gasteiz.org/verifirmav2/ Agiri honek sinadura elektronikoa darama, konfiantzazko zerbitzu elektronikoaren alderdi jakin batzuk arautzen dituen azaroaren 11ko 6/2020 Legearen arabera. Este documento incorpora firma electrónica de acuerdo a la Ley 6/2020, de 11 de noviembre, reguladora de determinados aspectos de los servicios electrónicos de confianza.			
Sinatzailearen izena Firmado por	EVA MARIA MESANZA LEGARDA (Jefatura de Servicio de Proyectos de Promoción Económica, Empleo, Comercio y Turismo)		
EKS (Egiaztatzeko Kode Segurua CSV (Código Seguro de Verificación))	GNENXIUXIV7YSNCR2PJALS6GU	Data eta Ordua Fecha y Hora	09/07/2024 12:52:51
Zerbitzaria Servidor	Ayuntamiento de Vitoria-Gasteizko Udala	Orrialdea Página	1/6
 GNENXIUXIV7YSNCR2PJALS6GU			



- Posicionamiento del Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz como entidad exponente de liderazgo, compromiso y responsabilidad en el ámbito del emprendimiento.
- Dar a conocer los recursos y ayudas que ofrece a las personas con ideas de negocio y a las nuevas empresas: formación, espacios de incubación y emprendimiento, asesoría, financiación.
- Promover el espíritu emprendedor, la cultura emprendedora y la capacidad para emprender en la sociedad.
- Educar en la actitud emprendedora en las etapas formativas, especialmente en los estudios de formación profesional y estudios universitarios.

4. PÚBLICO OBJETIVO Y MENSAJES A TRANSMITIR

Los **target** a los que se orienta la campaña son:

- **Ciudadanía**
Transmitir la idea de que el emprendimiento es un vector de futuro y desarrollo, que Vitoria-Gasteiz es una ciudad emprendedora y el Ayuntamiento una entidad que se compromete y apoya el emprendimiento
- **Personas con una idea de negocio**
Localizar nichos para contactar con este colectivo, que puede tener ideas de negocio muy diferentes (microemprendimiento, relevo generacional, servicios especializados o proyectos de carácter más industrial, empresas creativas o relacionados con la agricultura o la producción sostenible) para mostrarles los recursos que ofrece el Ayuntamiento en cada fase de desarrollo de sus proyectos.
- **Personas que ya han emprendido.**
Presentar los recursos municipales para apoyar la consolidación empresarial.
- **Target específicos:** Propiciar redes colaborativas e impulsar a acciones de sensibilización.
 - Sector educativo en todos sus niveles.
 - Sector asociativo empresarial.
 - Sector público-institucional.
 - Grandes y medianas empresas.

Los mensajes a transmitir:

- **Vitoria-Gasteiz, ¡Ciudad Emprendedora!**
La idea de la **importancia de ser una ciudad emprendedora** se dirige a la ciudadanía en general y a todos los colectivos, tipologías y etapas del proceso emprendedor (desde el microemprendimiento hasta el emprendimiento innovador de base tecnológica), sin olvidar la transmisión de la cultura emprendedora en las nuevas generaciones.
 - Resaltar la capacidad movilizadora de la acción pública para activar nuevos proyectos empresariales.
 - La industria de la ciudad, ¡Motor de nueva actividad emprendedora! Visibilizar el papel de la gran industria como fuente de oportunidades de emprendimiento.
 - La apuesta por emprendimientos específicos en sectores emergentes: agroecológico, economía circular, sostenibilidad, ICCs (subsectores y actividades que componen las Industrias culturales y creativas).
- **Posicionamiento: Ayuntamiento como entidad exponente de liderazgo, compromiso y responsabilidad en el ámbito del emprendimiento**
 - Comunicar datos sobre acciones realizadas (fomento cultura emprendedora, información, formación, asesoría, consolidación, innovación, ayudas...)
 - Presentar los Centros Municipales de Empresas como recurso emprendedor y dinamizador : Jundiz, Casco Medieval-Centro de Empresas Abierto y Basaldea
 - Impulso de la mujer emprendedora: networking, discriminación positiva...
 - Dar a conocer los recursos municipales para apoyar el emprendimiento:
Ver: [Sitio web del Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz - Empresas y emprendimiento](https://sedelectronica.vitoria-gasteiz.org/verifirmav2/)

Egiaztezeko kode seguruak (EKS) agiri elektroniko honen kopia baten osotasuna egiaztatzea ahalbidetzen du, helbide honetan: <https://sedelectronica.vitoria-gasteiz.org/verifirmav2/>

El código de verificación (CSV) permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: <https://sedelectronica.vitoria-gasteiz.org/verifirmav2/>

Agiri honek sinadura elektronikoa darama, konfiantzazko zerbitzu elektronikoaren alderdi jakin batzuk arautzen dituen azaroaren 11ko 6/2020 Legearen arabera.
Este documento incorpora firma electrónica de acuerdo a la Ley 6/2020, de 11 de noviembre, reguladora de determinados aspectos de los servicios electrónicos de confianza.

Sinatzailearen izena
Firmado por

EVA MARIA MESANZA LEGARDA (Jefatura de Servicio de Proyectos de Promoción Económica, Empleo, Comercio y Turismo)

EKS (Egiaztezeko Kode Segurua
CSV (Código Seguro de Verificación))

GNENXIUXIV7YSNCR2PJALS6GU

Data eta Ordua
Fecha y Hora

09/07/2024 12:52:51

Zerbitzaria
Servidor

Ayuntamiento de Vitoria-Gasteizko Udala

Orrialdea
Página

2/6



GNENXIUXIV7YSNCR2PJALS6GU



Para personas emprendedoras
Programas de apoyo a la persona emprendedora
- Curso de creación de empresas - Formación especializada en emprendimiento - Talleres prácticos de emprendimiento - Asesoramiento - Ayudas económicas.
Acciones dirigidas al emprendimiento femenino
- Miércoles Networking - Jornadas B2B
Emprendimiento con impacto social
Emprendimiento agroecológico
Emprendimiento en ICCs
Emprendimiento/intraemprendimiento en economía circular.
Espacios de incubación y emprendimiento
- Jundiz - Casco Medieval-Centro de Empresas Abierto - Basaldea

Para empresas
- Programa de Consolidación empresarial
- Ayudas económicas
- Economía circular
- Pacto Verde
- Internacionalización

5. PRESUPUESTO DEL CONTRATO

El presupuesto del contrato se cifra en un **importe máximo de 40.000,00 € (IVA excluido)** mejorable a la baja por las empresas licitadoras.

LIZITAZIO-MOTA- TIPO DE LICITACIÓN:	40.000,00 €
BEZ-IVA:	8.400,00 € (21%)
GUZTIZKO AURREKONTUA- PRESUPUESTO TOTAL:	48.400,00 €

La empresa destinará a la ejecución del **Plan de medios y acciones promocionales** al menos el **70% del presupuesto de la oferta presentada**.

6. TRABAJOS A REALIZAR POR LA EMPRESA

La empresa adjudicataria deberá desarrollar:

- **El planteamiento estratégico** de la campaña.
- **La creatividad gráfica, claims y resto de elementos de la campaña** así como el desarrollo de las piezas de comunicación necesarias para llevar a cabo el plan de medios y acciones de difusión.
- **El plan de medios y acciones promocionales**, que tendrá en cuenta las particularidades de los target prioritarios y contemplarán acciones orientadas a cada uno de ellos.
 - Presentará la descripción de cada acción propuesta y el presupuesto estimado para las mismas.
 - Presentará el plan de medios: mass media on y off-line, redes sociales, acciones de marketing,...
- **La gestión, contratación y ejecución de las acciones propuestas** en estos planes.
- **Una memoria** de las acciones realizadas y su valoración.

7. ASPECTOS A TENER EN CUENTA PARA DESARROLLAR LA CAMPAÑA

7.1	ESTRATEGIA
	Las características de cada target y su afinidad a diferentes canales serán fundamentales a la hora de plantear las acciones. En principio <u>se desestima el desarrollo de cualquier tipo de App</u> como elemento de las acciones de campaña.
7.2	PLAN DE COMUNICACIÓN
	La empresa adjudicataria deberá desarrollar un Plan con las acciones promocionales programadas, el cronograma y el presupuesto

Egiazatzeko kode seguruak (EKS) agiri elektroniko honen kopia baten osotasuna egiazztatzea ahalbidetzen du, helbide honetan: <https://sedeelectronica.vitoria-gasteiz.org/verifirmav2/>

El código de verificación (CSV) permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: <https://sedeelectronica.vitoria-gasteiz.org/verifirmav2/>

Agiri honek sinadura elektronikoa darama, konfiantzazko zerbitzu elektronikoaren alderdi jakin batzuk arautzen dituen azaroaren 11ko 6/2020 Legearen arabera.

Este documento incorpora firma electrónica de acuerdo a la Ley 6/2020, de 11 de noviembre, reguladora de determinados aspectos de los servicios electrónicos de confianza.

Sinatzailearen izena Firmado por	EVA MARIA MESANZA LEGARDA (Jefatura de Servicio de Proyectos de Promoción Económica, Empleo, Comercio y Turismo)		
EKS (Egiazatzeko Kode Segurua) CSV (Código Seguro de Verificación)	GNENXIUXIV7YSNCR2PJALS6GU	Data eta Ordua Fecha y Hora	09/07/2024 12:52:51
Zerbitzaria Servidor	Ayuntamiento de Vitoria-Gasteizko Udala	Orrialdea Página	3/6



GNENXIUXIV7YSNCR2PJALS6GU

	estimado para las mismas. — Destinará a la ejecución del mismo un 70% del presupuesto de su oferta económica. — La campaña se desarrollará a lo largo de 2025 con acciones desde el primer trimestre del año. Y en ningún caso, se extenderá más allá de diciembre de 2025. El Departamento contratante podrá realizar variaciones en forma, fecha, frecuencia o medio que fuesen necesarias, e incluso proponer nuevas acciones o desestimar alguna de las previstas, siempre que sean acordadas por ambas partes y no afecten a las condiciones del contrato. El Departamento reservará los soportes de difusión municipal (web, pantallas digitales, pantallas centros cívicos, pantallas de autobús urbano) para poner a disposición de la campaña y reforzar las acciones propuestas.
7.3	CREATIVIDAD Y PIEZAS DE LA CAMPAÑA. La empresa adjudicataria será la encargada de diseñar los elementos creativos y de realizar los originales y las adaptaciones necesarias para las acciones propuestas. Hay que contemplar la creación de piezas de comunicación para los soportes municipales habituales: oppis, muppis, banner para la web y pantallas municipales así como formatos para la distribución a través de redes sociales, por lo que se valorará la creación de material audiovisual (videos, animaciones o spots para este tipo de canales) A la hora de realizar las creatividades hay que tener en cuenta que: — La campaña se va a desarrollar en 2 idiomas: castellano y euskera. — Los artes finales de las piezas de campaña se entregarán en formatos editables ya que el departamento contratante tendrá potestad para realizar nuevas piezas y adaptaciones durante el periodo de vigencia de la campaña. — Los mensajes deberán garantizar el tratamiento igualitario de ambos sexos, aplicándose el principio de igualdad e integración en todos los elementos de comunicación (fotografías, videos, audios y textos) — Se deberán tener en cuenta las normas de Identidad Corporativa municipal: Marca Institucional. La marca Ciudad Vitoria-Gasteiz! Green Capital estará presente en todas las piezas de comunicación. Se proveerá a la empresa del resto de marcas relacionadas con financiación y certificaciones que deban aparecer en las comunicaciones.
7.4.	ACCIONES DE SENSIBILIZACIÓN O PROMOCIÓN Se valorará que la campaña incluya acciones que favorezcan la interacción con los públicos objetivo. Se debe tener en cuenta la idiosincrasia propia de cada uno de los target lo que podría suponer plantear varias líneas o ejes de la campaña. Las acciones de dinamización y comunicación, deberán cumplir con la normativas necesarias para contar con el certificado Erronka Garbia.
7.5.	PERIODO DE VIGENCIA Y ÁMBITO DE ACTUACIÓN Aunque el plazo para la puesta en marcha y la finalización de las acciones propuestas por la empresa sea el año 2025, el periodo de vigencia de la campaña será como mínimo de 3 años, desde la presentación pública de la misma. Durante ese periodo el Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz podrá utilizar los elementos y piezas de comunicación de la campaña para realizar las adaptaciones, actualizaciones y difusiones que considere convenientes. El ámbito de actuación es la ciudad de Vitoria-Gasteiz y Álava.
7.6.	DERECHOS DE EXPLOTACIÓN Y EXCLUSIVIDAD El Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz tendrá la cesión, en exclusiva, de los derechos de explotación (reproducción, distribución, comunicación pública y transformación) del material elaborado por la empresa durante la ejecución del contrato y durante el periodo de vigencia de la campaña, en orden a su difusión, exhibición o cualquier otra forma de divulgación. Los gastos derivados de derechos de autor por el material creativo y cualquier otro derivado del desarrollo de la campaña, si los hubiera, serán a cuenta de la empresa adjudicataria, responsable ante cualquier posible acción o recurso y quien deberá asumir la defensa, pago o indemnización a que pudiera dar lugar.

8. PLAZO DE EJECUCIÓN DEL CONTRATO

12 meses, desde el 1 de noviembre de 2024, o desde la fecha de formalización del contrato (en el caso de que esta fecha sea posterior a la señalada).

9. CONDICIONES DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO

La empresa adjudicataria deberá trabajar en coordinación con el Equipo Técnico designado por el Departamento de Promoción Económica, Empleo, Comercio y Turismo durante la ejecución del contrato.

La empresa adjudicataria presentará en la documentación técnica la persona que figurará como **"Coordinador/a del servicio"**, responsable de asegurar el correcto desarrollo del trabajo. Asistirá a las reuniones periódicas de coordinación con el equipo técnico municipal, y será la persona encargada de presentar:

- El Plan de trabajo para el desarrollo de la campaña con la previsión de las actuaciones a llevar a cabo, que deberán contar con el Visto Bueno del equipo técnico designado.

Egiaztezeko kode seguruak (EKS) agiri elektroniko honen kopia baten osotasuna egiaztatzea ahalbidetzen du, helbide honetan: https://sedeelectronica.vitoria-gasteiz.org/verifirmav2/ <i>El código de verificación (CSV) permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://sedeelectronica.vitoria-gasteiz.org/verifirmav2/</i> Agiri honek sinadura elektronikoa darama, konfiantzazko zerbitzu elektronikoan alderdi jakin batzuk arautzen dituen azaroaren 11ko 6/2020 Legearen arabera. <i>Este documento incorpora firma electrónica de acuerdo a la Ley 6/2020, de 11 de noviembre, reguladora de determinados aspectos de los servicios electrónicos de confianza.</i>			
Sinatzailearen izena <i>Firmado por</i>	EVA MARIA MESANZA LEGARDA (Jefatura de Servicio de Proyectos de Promoción Económica, Empleo, Comercio y Turismo)		
EKS (Egiaztezeko Kode Segurua) <i>CSV (Código Seguro de Verificación)</i>	GNENXIUXIV7YSNCR2PJALS6GU	Data eta Ordua <i>Fecha y Hora</i>	09/07/2024 12:52:51
Zerbitzaria <i>Servidor</i>	Ayuntamiento de Vitoria-Gasteizko Udala	Orrialdea <i>Página</i>	4/6
			
GNENXIUXIV7YSNCR2PJALS6GU			



- Las piezas de comunicación y mensajes adaptados a los diferentes ejes de la campaña, que habrá de ser aprobado por el Equipo Técnico designado.
- Una memoria final de la campaña, con la relación de las actividades realizadas y resultados obtenidos que habrá de ser aprobada por el Equipo Técnico designado, previa presentación de factura.

Asimismo dará las órdenes oportunas a su empresa, al objeto de cubrir las prestaciones que se determinen en el contrato. La empresa adjudicataria será el responsable de la calidad técnica de los trabajos y servicios realizados.

Corresponde al Equipo Técnico designado la total supervisión de los trabajos de la Contrata, que confirmará la materialización y calidad de los servicios prestados, pudiendo contactar en cualquier momento con el coordinador nombrado al efecto, con el fin de recabar información sobre la marcha general del servicio.

El proyecto de trabajo presentado por la empresa puede estar sometido a variaciones y adaptaciones para garantizar la total adecuación del mismo a los objetivos del proyecto, siempre que sean acordadas por ambas partes y no afecten al importe de la adjudicación.

La empresa adjudicataria y el personal asignado a la ejecución de este contrato mantendrán la debida confidencialidad respecto a toda la información, documentación y datos obtenidos en la ejecución del contrato, que no podrá re producir, ceder, difundir, publicar ni utilizar para fines diferentes de los establecidos en este pliego, incluso una vez extinguido el contrato, salvo expresa autorización del Departamento contratante.

10. FORMA Y PLAZOS DE PAGO

Los pagos se realizarán de la siguiente forma:

- Un primer pago, correspondiente al **30% del precio de adjudicación**, se realizará tras la firma del contrato.
- Un segundo pago, correspondiente al **40%** del precio de adjudicación, tras el diseño del plan de comunicación y la creación de las piezas de comunicación, contando con la aprobación del Equipo técnico designado por el Departamento para la supervisión de los trabajos y previa presentación de la factura correspondiente.
- Un tercer y último pago, correspondiente al **30%** del precio de adjudicación, a la finalización del contrato, tras dar por cumplido el Plan de campaña y presentar una memoria de las acciones y resultados, que deberá ser aprobada por parte del Equipo técnico designado por el Departamento para la total supervisión de los trabajos de la Contrata y previa presentación de la factura correspondiente.

11. CONTENIDO DE LA PROPUESTA A PRESENTAR POR LAS EMPRESAS LICITANTES

Con la finalidad de comprender los proyectos presentados, las empresas licitantes deberán presentar una breve **propuesta descriptiva del proyecto** que permita valorar la propuesta presentada (máximo 30 páginas).

Incluirá:

- Planteamiento de la estrategia y enfoque de la campaña.
- Planteamiento del plan de medios y acciones promocionales.
- Planteamiento creativo. Bocetos de la propuesta gráfica y claims de campaña.

12. CRITERIOS DE VALORACIÓN

La adjudicación recaerá en la empresa licitadora que presente la mejor oferta, valorada conforme a estos criterios:

1. CRITERIOS DE VALORACIÓN SUJETOS A JUICIO DE VALOR Se valoran las PROPUESTAS presentadas por las empresas licitadoras	Puntuación Máxima (45)
1.1. Planteamiento estratégico. Grado de alineación respecto al posicionamiento propuesto y a los target prioritarios. Idoneidad de las líneas de comunicación elegidas para conseguir los objetivos planteados en el pliego.	Hasta 10 puntos
1.2. Valoración del Plan de medios y acciones promocionales. • Idoneidad y variedad de los canales y acciones elegidas para llegar a los diferentes públicos-objetivo. (máximo 10 puntos) • Adecuación del cronograma de las acciones de difusión propuestas. (máximo 5 puntos) • Justificación del alcance de campaña en función de número de inserciones, frecuencias e inversión previstas (máximo 5 puntos)	Hasta 20 puntos
1.3. Valoración de los elementos de comunicación. • Calidad artística y grado de visibilidad, atractivo y diferenciación (máximo 10 puntos). • Grado de adecuación de los mensajes y creatividades al planteamiento estratégico, a los target prioritarios y a las acciones del plan de comunicación (máximo 5 puntos).	Hasta 15 puntos

Se establece una puntuación de **22,50 puntos como mínimo** para continuar en el proceso selectivo.

Egiatzatzeko kode seguruak (EKS) agiri elektroniko honen kopia baten osotasuna egiaztatzea ahalbidetzen du, helbide honetan: https://sedeelectronica.vitoria-gasteiz.org/verifirmav2/ <i>El código de verificación (CSV) permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://sedeelectronica.vitoria-gasteiz.org/verifirmav2/</i> Agiri honek sinadura elektronikoa darama, konfiantzazko zerbitzu elektronikoan alderdi jakin batzuk arautzen dituen azaroaren 11ko 6/2020 Legearen arabera. <i>Este documento incorpora firma electrónica de acuerdo a la Ley 6/2020, de 11 de noviembre, reguladora de determinados aspectos de los servicios electrónicos de confianza.</i>			
Sinatzailearen izena <i>Firmado por</i>	EVA MARIA MESANZA LEGARDA (Jefatura de Servicio de Proyectos de Promoción Económica, Empleo, Comercio y Turismo)		
EKS (Egiatzatzeko Kode Segurua) <i>CSV (Código Seguro de Verificación)</i>	GNENXIUXIV7YSNCR2PJALS6GU	Data eta Ordua <i>Fecha y Hora</i>	09/07/2024 12:52:51
Zerbitzaria <i>Servidor</i>	Ayuntamiento de Vitoria-Gasteizko Udala	Orrialdea <i>Página</i>	5/6


GNENXIUXIV7YSNCR2PJALS6GU



2. CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN SUJETOS FÓRMULA MATEMÁTICA	Puntuación Máxima (55)
2.1. Oferta Económica La valoración de la mejora de la oferta económica presentada por las empresas se realizará de la siguiente forma: - Al presupuesto de licitación se le asignará cero puntos. - El resto de ofertas se valorarán con la aplicación de la siguiente fórmula: $\text{Puntuación}_{\text{oferta}} = \text{Puntuación}_{\text{máxima}} \times \frac{\text{Baja}_{\text{oferta}}}{\text{Baja}_{\text{máxima}}}$ Siendo: $\text{Puntuación}_{\text{máxima}}$ = Puntuación máxima posible a obtener $\text{Baja}_{\text{oferta}}$ = Porcentaje de baja de la oferta a valorar $\text{Baja}_{\text{máxima}}$ = Mayor porcentaje de baja de las ofertas presentadas. Cuando el mayor porcentaje de baja ofertado por las ofertas admitidas sea inferior a un 10%, el valor de este parámetro será 10%.	Hasta 49 puntos
2.2. Utilización de materiales respetuosos con el medioambiente Se valorará HASTA CON 3 puntos que el material promocional elaborado en el cumplimiento del contrato cumpla con criterios medioambientales añadidos a los criterios verdes establecidos en los contratos municipales. La empresa licitante presentará para su verificación la ficha técnica del papel y resto de materiales propuestos o las ecoetiquetas oficiales o declaraciones ambientales de los productos. Papel: - Se valorará con <u>1 punto</u> que el papel propuesto presente el 100% de fibras provenientes de explotaciones forestales sostenibles. - Se valorará con <u>0,5 puntos</u> que el proceso de blanqueo del papel sea libre de cloro (TCF). Para el resto de materiales de las piezas de promoción, se seguirán las siguientes especificaciones: - En el caso de madera, <u>1 punto</u> si procede de una gestión forestal sostenible. - Si estamos ante material de plástico: <u>0,5 puntos</u> si se trata de plástico reciclado, <u>0,5 puntos</u> si es reciclable y <u>0,5 puntos</u> si es biodegradable.	Hasta 3 puntos
2.3. Titulaciones Académicas Se valorará HASTA CON 2 puntos la formación superior especializada en áreas relacionadas con el marketing digital, la publicidad digital y comunicación en redes sociales, de la siguiente forma: Se otorgarán <u>0,5 puntos</u> por cada Título de Master oficial acreditado por las personas adscritas al contrato por la empresa licitante.	Hasta 2 puntos
2.4. Conocimientos de Idiomas Se valorará HASTA CON 1 punto el conocimiento del Euskera de la siguiente forma: <u>0,5 puntos</u> si la persona "Coordinador/a del servicio" asignada por la empresa licitante acredita conocimiento de <u>Euskera nivel C1</u> del marco común europeo de referencia para las lenguas o titulación equivalente. <u>0,25 puntos</u> por cada persona adscrita al contrato por la empresa licitante que acredite conocimiento de <u>Euskera nivel C1</u> del marco común europeo de referencia para las lenguas o titulación equivalente.	Hasta 1 puntos

En caso de empate, se producirá el desempate, en base a la proposición que obtenga mayor puntuación en el bloque de valoración 1. CRITERIOS DE VALORACIÓN SUJETOS A JUICIO DE VALOR.

Egiazatzeko kode seguruak (EKS) agiri elektroniko honen kopia baten osotasuna egiaztatzea ahalbidetzen du, helbide honetan: https://sedeelectronica.vitoria-gasteiz.org/verifirmav2/ El código de verificación (CSV) permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://sedeelectronica.vitoria-gasteiz.org/verifirmav2/ Agiri honek sinadura elektronikoa darama, konfiantzazko zerbitzu elektronikoan alderdi jakin batzuk arautzen dituen azaroaren 11ko 6/2020 Legearen arabera. Este documento incorpora firma electrónica de acuerdo a la Ley 6/2020, de 11 de noviembre, reguladora de determinados aspectos de los servicios electrónicos de confianza.			
Sinatzailearen izena Firmado por	EVA MARIA MESANZA LEGARDA (Jefatura de Servicio de Proyectos de Promoción Económica, Empleo, Comercio y Turismo)		
EKS (Egiazatzeko Kode Segurua CSV (Código Seguro de Verificación))	GNENXIUXIV7YSNCR2PJALS6GU	Data eta Ordua Fecha y Hora	09/07/2024 12:52:51
Zerbitzaria Servidor	Ayuntamiento de Vitoria-Gasteizko Udala	Orrialdea Página	6/6



GNENXIUXIV7YSNCR2PJALS6GU