

## **ANEXO I DE LA CONVOCATORIA DE LICITACIÓN**

### **PLIEGO DE CONDICIONES**

#### **PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE CONSULTORÍA EN MATERIA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA LA REPRESENTACIÓN DE LA COMISIÓN EUROPEA EN ESPAÑA**

**Lote I - Servicios de consultoría en materia audiovisual y de  
comunicación estratégica**

**Lote II - Servicios de consultoría en materia audiovisual y de  
comunicación en línea para redes sociales**

#### **LICITACION ABIERTA**

PO/2018-21/MAD

## Índice

1. OBJETIVO Y CONTEXTO.....	3
2. OBJETO DEL CONTRATO .....	4
2.1. Servicios solicitados .....	4
<b>2.2. Informes</b> .....	5
3. VOLUMEN DEL CONTRATO .....	5
4. MARCO CONTRACTUAL .....	6
5. PRESENTACIÓN DE OFERTAS.....	6
5.1. Contenido de la oferta: documentos que deben presentarse con la oferta .....	6
5.2. Normas sobre el acceso a la contratación pública: quién puede presentar una oferta.....	6
6. OFERTA TÉCNICA.....	7
7. OFERTA FINANCIERA.....	11
8. CRITERIOS DE EXCLUSIÓN Y SELECCIÓN .....	12
8.1. Criterios de exclusión .....	13
8.2. Criterios de selección.....	13
8.3. Requisitos adicionales aplicables a las ofertas conjuntas y las ofertas que incluyan subcontratación.....	19
9. CRITERIOS DE CONCESIÓN.....	19
9.1. Evaluación técnica.....	19
9.2. Evaluación financiera .....	23
9.3. Adjudicación del contrato.....	23
<b>ANEXO I DEL PLIEGO DE CONDICIONES: DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS.....</b>	<b>24</b>
<b>ANEXO II DEL PLIEGO DE CONDICIONES: DECLARACIÓN JURADA.....</b>	<b>24</b>
<b>ANEXO III DEL PLIEGO DE CONDICIONES: LISTA DE COMPROBACIÓN DE LOS DOCUMENTOS QUE LOS LICITADORES DEBEN PRESENTAR.....</b>	<b>24</b>
<b>ANEXO IV DEL PLIEGO DE CONDICIONES: PLANTILLA PARA LA OFERTA FINANCIERA. ....</b>	<b>24</b>

## 1. OBJETIVO Y CONTEXTO

De conformidad con las disposiciones del Tratado de la Unión Europea (UE), la Dirección General de Comunicación («DG COMM») de la Comisión Europea («la Comisión») tiene la tarea específica de informar a los medios de comunicación y a los ciudadanos de las actividades de la Comisión y comunicar los objetivos y las metas de sus políticas y acciones, al mismo tiempo que informa a la Comisión de la evolución de la opinión pública en los Estados miembros.

Para llevar a cabo su misión, la DG COMM coordina las actividades de las Representaciones en los Estados miembros, centraliza todos los contactos con los medios de comunicación y trata de garantizar un enfoque coherente de las cuestiones de comunicación e información en la Comisión. Esto implica contactos con las Direcciones Generales y los servicios de la Comisión que tienen unidades de información responsables de la información sectorial.

La DG COMM lleva a cabo actividades de información y comunicación sobre las decisiones políticas de la UE y sus consecuencias, como parte de la estrategia de información y comunicación de la Comisión, destinada a mejorar la comprensión de los ciudadanos de la Unión sobre las cuestiones y las políticas de la UE.

Para obtener más información sobre el programa de trabajo de comunicación de la Comisión para 2018, véase:

[http://ec.europa.eu/dgs/communication/contracts-and-grants/annual\\_work\\_programme/index\\_es.htm](http://ec.europa.eu/dgs/communication/contracts-and-grants/annual_work_programme/index_es.htm)

Las prioridades de comunicación de la Comisión pueden variar anualmente. Los siguientes temas se consideraron prioritarios en 2018:

### Ámbitos prioritarios

En el contexto de una Europa más unida, fuerte y democrática y con arreglo a su programa de trabajo de 2018, la DG COMM actualmente está haciendo especial hincapié en las diez prioridades de la Comisión y en las siguientes áreas prioritarias que se determinaron para el programa de trabajo de la Comisión de 2018:

- Un nuevo impulso para el empleo, el crecimiento y la inversión
- Un mercado único digital conectado
- Una Unión de la Energía resiliente con una política climática prospectiva
- Un mercado interior más justo y profundo con una base industrial fortalecida
- Una Unión Económica y Monetaria más profunda y más justa
- Una política comercial equilibrada y progresiva para encauzar la globalización
- Un espacio de justicia y derechos fundamentales basado en la confianza mutua
- Una nueva política de migración común
- Un papel más importante para la UE en el escenario mundial
- Una Unión de cambio democrático

Además de estas prioridades definidas a escala central, cada Representación debe identificar cuestiones nacionales de particular interés relacionadas con la UE.

Estas iniciativas, que tienen como destinatario al público en general, deben llevarse a cabo teniendo en cuenta las circunstancias nacionales, regionales y locales de España.

## **2. OBJETO DEL CONTRATO**

La presente licitación tiene por objeto que proveedores de servicios o expertos individuales adecuadamente cualificados ayuden a la Comisión Europea a aplicar sus políticas de comunicación.

El objetivo es proporcionar a la Comisión Europea servicios que le permitan ofrecer información sobre sus políticas al público en general, a otros grupos destinatarios específicos y a los medios de comunicación. Los servicios solicitados por la Comisión deben permitirle no solo mejorar la coordinación de las actividades de información y comunicación, sino también seguir desarrollando su política de información y comunicación. La finalidad última es dar a conocer mejor al público en general las actividades, los objetivos y las políticas de la Comisión a través de los medios de comunicación y de la organización de actos y campañas.

### **2.1. Servicios solicitados**

En el marco de su política de comunicación, la Representación de la Comisión Europea en España, con representación **tanto en Madrid como en Barcelona**, está organizado una serie de actividades para el público en general o para grupos específicos destinadas a explicar la Unión Europea, sus políticas y sus instituciones. La presente licitación consta de los dos lotes siguientes:

#### **Lote I: servicios de consultoría en materia audiovisual y de comunicación estratégica**

En el anexo I de este pliego de condiciones se ofrece una descripción detallada de los servicios que deben suministrarse en el marco del lote I.

#### **Lote II: servicios de consultoría en materia audiovisual y de comunicación en línea para redes sociales**

En el anexo I de este pliego de condiciones se ofrece una descripción detallada de los servicios que deben suministrarse en el marco del Lote II.

Los licitadores podrán presentar ofertas para un lote o para los dos. En caso de optar a los dos lotes, el licitador deberá presentar una oferta completa por separado para cada lote. En ningún caso la presentación de una oferta para cualquiera de los lotes podrá estar sujeta a la adjudicación de los dos lotes.

### **2.2. Informes**

Con arreglo a los artículos I.6.2 y I.6.3 del contrato marco, el contratista deberá informar en español sobre los servicios que haya prestado en cumplimiento de la orden de pedido o del contrato específico, así como de los resultados de la repercusión que haya alcanzado en los medios de comunicación o las redes sociales. Este informe recogerá también un resumen de los principales resultados obtenidos y se redactará en español, así como en inglés cuando sea necesario. La lengua que debe utilizarse en los informes se especificará en cada orden de pedido o contrato específico. El contratista deberá enviar una copia del informe por correo electrónico y dos copias en papel, a más tardar treinta días después de la finalización de la operación.

En cada contrato específico deberán enumerarse de manera exhaustiva y describirse en detalle los resultados concretos. Además, se determinarán debidamente el informe de progreso pertinente o los resultados que se prevea obtener vinculados a los pagos.

Todos los gastos derivados de la redacción, la elaboración y la distribución de los informes se incluirán en los precios unitarios de la oferta financiera y no se abonarán por separado.

### **2.3. Servicios suplementarios**

Se establecerán contratos específicos sobre la base de los precios unitarios indicados en la oferta (anexo IV). No obstante, la Comisión puede exigir al contratista que proponga servicios suplementarios del mismo tipo que los indicados en la oferta (anexo IV). Los elementos suplementarios no podrán apartarse de las condiciones esenciales fijadas en el contrato marco y solo podrán solicitarse si son absolutamente necesarios para la ejecución de la solicitud de servicios. Los elementos suplementarios se solicitarán sobre la base de una cotización ofrecida por el contratista, que requerirá la aprobación previa de la Comisión.

### **3. VOLUMEN DEL CONTRATO**

El presupuesto máximo para esta licitación (IVA excluido), **durante los cuatro años** es:

Para el lote I: 2 000 000 EUR (750 000 para prestación de servicios de carácter intelectual y realización de vídeos + 1 250 000 para subcontratación de servicios)

Para el lote II: 1 000 000 EUR (850 000 para prestación de servicios de carácter intelectual y realización de vídeos destinados a las redes sociales + 150 000 para subcontratación de servicios)

En los tres años posteriores a la firma de los contratos marco resultantes de la licitación actual y en virtud del artículo 11, apartado 1, letra e), del anexo I del Reglamento (UE, Euratom) 2018/1046 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 18 de julio de 2018, sobre las normas financieras aplicables al presupuesto general de la Unión, el órgano de contratación podrá recurrir al procedimiento negociado para la adjudicación de nuevos servicios a los contratistas hasta un máximo del 50 % del límite inicial del contrato marco. Estos servicios consistirán en la repetición de servicios similares a los ya encomendados a los contratistas.

### **4. MARCO CONTRACTUAL**

Los servicios especificados anteriormente serán objeto de un contrato marco elaborado entre la Representación de la Comisión Europea en España y el licitador al que se adjudique (respecto a cada lote) el contrato. El modelo de contrato para cada lote se adjunta en el anexo II de la convocatoria de licitación.

La oferta del licitador se redactará teniendo en cuenta las disposiciones de dicho modelo de contrato y, especialmente:

- I.4. Nombramiento del contratista y aplicación del contrato marco
- I.5. Precios
- I.6. Modalidades de pago
- I.8. Explotación de los resultados
- II.4. Prestación de servicios
- II.4.3. Cumplimiento de los requisitos mínimos, incluidas las obligaciones aplicables con arreglo al Derecho medioambiental, social y laboral
- II.13. Derechos de propiedad intelectual
- II.21. Pagos y garantías

## **5. PRESENTACIÓN DE OFERTAS**

### **5.1. Contenido de la oferta: documentos que deben presentarse con la oferta**

Los documentos que deben presentarse con la oferta en e-Submission se indican en la lista del anexo III (parte A). En la parte B de este anexo se indican los elementos que deben presentarse, previa petición, en una etapa posterior.

### **5.2. Normas sobre el acceso a la contratación pública: quién puede presentar una oferta**

Este anuncio de licitación está abierto a la participación en condiciones de igualdad de todas las personas físicas y jurídicas a las que se apliquen los Tratados, así como de organismos internacionales.

También está abierto a todas las personas físicas y jurídicas residentes en un tercer país que tenga un acuerdo especial con la Unión Europea en el ámbito de la contratación pública en las condiciones que se establezcan en dicho acuerdo. Cuando sea de aplicación el acuerdo sobre contratación pública de la Organización Mundial del Comercio, el presente anuncio de licitación estará abierto a la participación de todas las personas físicas y jurídicas residentes en los países que hayan ratificado dicho acuerdo, en las condiciones que este establezca.

Las normas sobre el acceso a la contratación pública no se aplican a los subcontratistas. Está prohibido recurrir a la subcontratación para eludir las normas relativas al acceso a la contratación pública.

Con el fin de permitir al órgano de contratación verificar el acceso a la contratación pública, los licitadores deberán indicar su país de establecimiento en el momento de registrarse en el registro de participantes y estar listos para presentar los documentos justificativos que se aceptan normalmente en virtud de la legislación de dicho país.

👉 En el caso de los licitadores establecidos en el Reino Unido: téngase en cuenta que, tras la retirada del Reino Unido de la UE, las normas relativas al acceso de los operadores económicos establecidos en terceros países a los procedimientos de contratación pública de la UE se aplicarán a los licitadores del Reino Unido con arreglo a las disposiciones del Acuerdo de Retirada. En caso de que las disposiciones jurídicas en vigor no establezcan dicho acceso, los licitadores del Reino Unido podrían quedar excluidos del procedimiento de contratación.

👉 Los licitadores que deseen presentar ofertas para más de un lote deberán cargar una oferta técnica y financiera separada en relación con cada uno de los lotes en los que estén interesados.

## **6. OFERTA TÉCNICA**

La oferta técnica deberá abarcar todos los servicios y tareas o resultados que figuran en el anexo I del presente pliego de condiciones respecto a cada lote. Deberá prestarse una atención especial a la redacción y presentación de la oferta.

Los licitadores deberán incluir en su oferta una oferta técnica que detalle cómo piensan realizar las tareas a que se refiere el contrato, de acuerdo con todos los requisitos del pliego de condiciones.

Únicamente serán consideradas conformes y se evaluarán las ofertas técnicas que cumplan todos los requisitos técnicos mínimos enumerados más adelante.

Al presentar una oferta, los licitadores declaran que su oferta técnica cumple las obligaciones aplicables en virtud de la legislación medioambiental, social y laboral establecidas por el Derecho de la Unión, el Derecho nacional y los convenios colectivos, o por las disposiciones legales internacionales en materia medioambiental, social y laboral enumeradas en el anexo X de la [Directiva 2014/24/UE](#).

**Los licitadores deberán incluir en su oferta:**

### **Lote I: servicios de consultoría en materia audiovisual y de comunicación estratégica**

1. Una descripción detallada de su enfoque metodológico para realizar las tareas a las que se refiere el contrato, de acuerdo con todos los requisitos del pliego de condiciones.
2. Una descripción de las medidas que tenga previsto aplicar el contratista para una ejecución rentable y de alta calidad constante a lo largo de todo el período de vigencia del contrato, incluidas las medidas de control de la calidad.

**Asimismo**, los licitadores deberán presentar una propuesta para abordar los estudios de casos hipotéticos que se describen a continuación. La propuesta deberá ser realista y no superar la duración indicada en cada caso.

3. Estudio de caso 1. Lote I: un proyecto completo que conste de dos partes separadas:
  - una estrategia de muestra (alrededor de una o dos páginas A4);
  - un plan de acción (alrededor de cinco o seis páginas A4).
    - El plan de acción se referirá a una campaña destinada específicamente a los jóvenes (de 16 a 29 años).
    - La duración prevista de esta campaña será de seis meses.
    - El presupuesto estimado para la campaña ascendería a un máximo de 140 000 EUR (sin incluir la compra de espacios publicitarios).

- Objetivo: i) dar a conocer mejor lo que la UE hace por ellos y ii) cómo pueden mejorar sus vidas cotidianas en los distintos ámbitos, como:
  - crecimiento económico y creación de empleo
  - apoyo económico a la innovación y a los emprendedores
  - educación y cultura
  - medio ambiente, energía y cambio climático
  - seguridad
  - digitalización

La estrategia deberá incluir una descripción general del diseño de la campaña.

En el plan de acción deberá detallarse la manera en la que el licitador mantendría el plan durante seis meses sobre la base de la utilización (en su caso) de cuantos servicios aparecen detallados en el lote I de la presente licitación, incluyendo una referencia a la manera en que el licitador utilizaría los diversos servicios y acciones. Deberá desglosarse el coste de cada uno de los servicios incluidos en la campaña.

En la preparación de este desglose, puede utilizarse como directriz la nota de síntesis del enfoque general de la Comisión en los documentos de referencia (la política de comunicación y las prioridades de la Comisión), citada en el punto 1.

4. Estudio de caso 2. Lote I: un documento completo que conste de dos partes separadas:

- una estrategia de muestra (una página);
  - un plan de acción (alrededor de tres o cuatro páginas A4).
- El plan de acción se referirá al modo de informar a la prensa y a los medios de comunicación españoles sobre los distintos aspectos del MFP para el período 2021-2027.
  - El plan deberá priorizar a su público destinatario, con arreglo a los criterios del licitador.
  - Todas las acciones deberían implantarse y completarse en un período de dos semanas.
  - El presupuesto estimado para la campaña ascendería a un máximo de 60 000 EUR (sin incluir la compra de espacios publicitarios)
  - Objetivo: resaltar la importancia del presupuesto de la UE para la vida de la población española y hacerla visible a los medios de comunicación y al público

La estrategia deberá incluir una descripción general del diseño de la campaña.

El plan de acción se centrará en las prioridades de la Comisión en relación con asuntos de la UE de especial interés a escala nacional, regional y local. La estrategia deberá incluir todas las acciones y los recursos concretos que el licitador usaría de acuerdo con los distintos servicios establecidos en el lote I.

Deberá desglosarse el coste de cada uno de los servicios incluidos en la campaña.



## **Lote II: servicios de consultoría en materia audiovisual y de comunicación en línea para redes sociales**

1. Una descripción detallada de su enfoque metodológico para realizar las tareas a que se refiere el contrato, de acuerdo con todos los requisitos del pliego de condiciones.
2. Una descripción de las medidas que tenga previsto aplicar el contratista para una ejecución rentable y de alta calidad constante a lo largo de todo el período de vigencia del contrato, incluidas las medidas de control de la calidad.

**Asimismo**, los licitadores deberán presentar una propuesta para abordar los estudios de casos hipotéticos que se describen a continuación. La propuesta deberá ser realista y no superar la duración indicada en cada caso.

3. Estudio de caso 1. Lote II: un proyecto completo que conste de dos partes separadas:

- una estrategia de muestra (alrededor de una o dos páginas A4);
- un plan de acción (alrededor de cinco o seis páginas A4).
  - El plan de acción se referirá a una campaña en las redes sociales y en internet dirigida específicamente a los jóvenes (de 16 a 29 años),
  - La duración prevista de esta campaña será de tres meses.
  - El presupuesto estimado para la campaña ascendería a un máximo de 140 000 EUR.
  - Objetivo: i) dar a conocer mejor lo que la UE hace por ellos y ii) cómo pueden mejorar sus vidas cotidianas en los distintos ámbitos, como:
    - crecimiento económico y creación de empleo
    - apoyo económico a la innovación y a los emprendedores
    - educación y cultura
    - medio ambiente, energía y cambio climático
    - seguridad
    - digitalización

La estrategia debe incluir una descripción general del diseño de la campaña.

En el plan de acción debe detallarse la manera en la que el licitador mantendría el plan durante tres meses sobre la base de la utilización (en su caso) de cuantos servicios aparecen detallados en el lote II de la presente licitación, incluyendo una referencia a la manera en que el licitador utilizaría la gama de servicios y acciones. Deberá desglosarse el coste de cada uno de los servicios incluidos en la campaña.

Este desglose puede prepararse utilizando como directriz la nota de síntesis del enfoque general de la Comisión en los documentos de referencia (la política de comunicación y las prioridades de la Comisión), citada en el punto 1.

4. Estudio de caso 2. Lote II: proyecto de una campaña en los redes sociales y en internet:

- La campaña estará destinada a la población española, y en ella se abordarán las ventajas de la ciudadanía de la Unión y las medidas de la UE adoptadas por la Comisión (2014-2018, «Comisión Juncker») para promover la participación en las próximas elecciones al Parlamento Europeo en 2019.

- Esta campaña durará como mínimo cuatro meses e incluirá:

- una estrategia de redes sociales en la que se incluirá el enfoque de las distintas acciones que deben emprenderse, al menos en Facebook, Twitter e Instagram;
- un plan editorial para las redes sociales;
- propuestas gráficas para la campaña;
- un resumen, un guion escrito y un guion gráfico para un vídeo promocional de un minuto;
- el concepto y el diseño para un concurso en las redes sociales;
- una lista de influencers o microinfluencers en las redes sociales con los que convendría establecer contacto; una descripción del método utilizado para dirigirse a ellos y de las acciones que deberían llevar a cabo;
- Facebook Live/Periscope sobre este asunto; estas acciones tendrían que incluir los elementos precisos (*software/hardware/configuración*) que se utilizarían;
- una descripción de las herramientas y procesos que el licitador tenga previsto utilizar para el seguimiento de las acciones y el debate en línea;
- el proyecto de una noticia en línea;
- cualquier otra propuesta que el licitador considere necesaria para llevar a cabo la estrategia prevista.

- El presupuesto estimado para la campaña ascendería a un máximo de 50 000 EUR. El licitador deberá desglosar el importe destinado a publicidad en las redes sociales, de haberlo.

Deberá desglosarse el coste de cada uno de los servicios incluidos en la campaña.

La oferta técnica no contendrá ninguno de los documentos mencionados en los criterios de exclusión o de selección, ni se referirá a temas ya cubiertos por dichos criterios.

La oferta técnica se evaluará en función de los criterios cualitativos de adjudicación establecidos en el punto 9.

## **7. OFERTA FINANCIERA**

Es necesario cargar una oferta financiera completa en la que se incluya el desglose del precio. A tal fin, se cumplimentará, firmará y cargará en e-Submission el modelo financiero del anexo IV.

Es responsabilidad de cada licitador garantizar que el importe total de la oferta insertado en el campo correspondiente de e-Submission se corresponda con el importe indicado en la oferta financiera que se haya cargado. En caso de discrepancia, solo se tendrá en cuenta el importe indicado en la oferta financiera:

Las disposiciones siguientes se aplicarán a los precios que se propongan en la oferta financiera

- Los precios propuestos deberán indicarse en el formulario adjunto al anexo IV, que estará debidamente firmado y fechado.
- Los precios unitarios deberán ser netos en relación con todos los costes en todos los lugares principales de ejecución del contrato (Madrid y Barcelona).
- Los gastos en los que se haya incurrido en el marco de los desplazamientos efectuados a petición expresa y con previa autorización de la Comisión fuera del lugar principal de ejecución del contrato se reembolsarán de conformidad con las disposiciones del contrato marco (artículos I.5.3 y II. 22).

#### **Respecto al lote I:**

- Los costes máximos estimados para la subcontratación ascienden a 1 250 000 EUR para los cuatro años de duración del contrato.
- Los costes de la subcontratación se compondrán principalmente de la compra de espacios publicitarios en los medios impresos y del alquiler de espacios y otros elementos para actos de prensa. Sin embargo, podrían surgir otras necesidades (similares) durante la vigencia del contrato.
- Los costes de subcontratación deberán facturarse y se reembolsarán previa presentación de:
  - el informe de las actividades (véase el punto 2.2);
  - los documentos justificativos de los costes de subcontratación (facturas, recibos, pedidos de compra, etc.).
- El coste de negociación de los servicios subcontratados se abonará con arreglo a las horas/los días de trabajo necesarios para llevar a cabo la subcontratación y de acuerdo con el precio unitario indicado en el anexo IV (cuadro de precios) para el perfil correspondiente.
- 

#### **Respecto al lote II:**

- Los costes máximos estimados para la subcontratación ascienden a 150 000 EUR en relación con los cuatro años de duración del contrato.
- El coste de subcontratación se compondrá principalmente de la compra de espacios publicitarios en las redes sociales y del alquiler de servicios de *webstreaming*. Sin embargo, podrían surgir otras necesidades (similares) durante la vigencia del contrato.
- Los costes de subcontratación deberán facturarse y se reembolsarán previa presentación de:
  - el informe de las actividades (véase el punto 2.2);
  - los documentos justificativos de los costes de subcontratación (facturas, recibos, pedidos de compra, etc.).
- El coste de negociación de los servicios subcontratados se abonará con arreglo a las horas/los días de trabajo necesarios para llevar a cabo la subcontratación y de acuerdo con el precio unitario indicado en el anexo IV (cuadro de precios) para el perfil correspondiente.

## **8. CRITERIOS DE EXCLUSIÓN Y SELECCIÓN**

El cumplimiento de los criterios de exclusión y selección se evalúa como sigue:

En la fase de presentación de ofertas, los licitadores deberán incluir la siguiente documentación:

- La declaración jurada sobre criterios de exclusión y selección del anexo II, debidamente cumplimentada, fechada y firmada, junto con las pruebas pertinentes relacionadas con las medidas correctoras, si procede.

En el caso de ofertas conjuntas, todos los agentes económicos que participen en la licitación deberán presentar la declaración jurada sobre los criterios de exclusión y los criterios de selección.

En el caso de las ofertas que conlleven una subcontratación, el licitador deberá presentar por separado una declaración jurada sobre los criterios de exclusión y los criterios de selección debidamente fechada y firmada por cada subcontratista notorio cuyas tareas representen más del 20 % de las tareas del contrato o que contribuya a cumplir los criterios de selección.

- La lista de comprobación de los documentos que deben presentarse del anexo III debidamente cumplimentada, junto con las pruebas pertinentes exigidas como resultado de las respuestas a las preguntas de la parte A de la lista de comprobación y la parte V de la declaración jurada (medidas correctoras).

El órgano de contratación podrá solicitar ulteriormente a cualquier licitador las demás pruebas enumeradas en la parte B del anexo III. Dichas pruebas se solicitarán en todos los casos al licitador adjudicatario. El órgano de contratación podrá rechazar la oferta si las pruebas solicitadas no se presentan a su debido tiempo.

El licitador al que se adjudique el contrato presentará, en el plazo que determine el órgano de contratación y antes de la firma del contrato, los documentos justificativos mencionados en la declaración jurada. Este requisito es de aplicación a todos los miembros del grupo en caso de una oferta conjunta y a todos los subcontratistas notorios cuyas tareas representen más del 20 % de las tareas del contrato o que contribuyan a cumplir los criterios de selección.

### **8.1. Criterios de exclusión**

No se tendrán en cuenta las ofertas de los licitadores que no cumplan los criterios de exclusión a los que se refieren los artículos 136 a 141 del Reglamento Financiero<sup>1</sup>.

### **8.2. Criterios de selección**

El licitador deberá demostrar que posee suficiente capacidad jurídica, y suficientes recursos económicos, financieros, técnicos y profesionales para poder realizar las tareas previstas en el punto 2 del presente pliego de condiciones.

---

<sup>1</sup> Reglamento (UE, Euratom) 2018/1046 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 18 de julio de 2018, sobre las normas financieras aplicables al presupuesto general de la Unión, por el que se modifican los Reglamentos (UE) n.º 1296/2013, (UE) n.º 1301/2013, (UE) n.º 1303/2013, (UE) n.º 1304/2013, (UE) n.º 1309/2013, (UE) n.º 1316/2013, (UE) n.º 223/2014 y (UE) n.º 283/2014 y la Decisión n.º 541/2014/UE y por el que se deroga el Reglamento (UE, Euratom) n.º 966/2012 (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=OJ:L:2018:193:TOC>).

Cuando proceda, y en relación con un contrato determinado, un agente económico podrá recurrir a las capacidades de otras entidades para lograr el nivel requerido de capacidad económica, financiera y técnica, con independencia de la naturaleza jurídica de los vínculos que tenga con dichas entidades (subcontratista, sociedad matriz o una tercera parte). En este caso, deberá demostrar al órgano de contratación que dispondrá de los medios necesarios para la ejecución del contrato, por ejemplo, presentando el compromiso de dichas entidades de poner dichos medios a su disposición (véase el punto 8.3).

Si un tercero aporta la totalidad o una gran parte de la capacidad financiera, el órgano de contratación puede exigir que dicha entidad firme el contrato o que proporcione una garantía solidaria y a primer requerimiento, en caso de que se adjudique el contrato a dicha oferta.

Durante el procedimiento, los servicios de validación de la UE (la Agencia Ejecutiva de Investigación o REA) podrán ponerse en contacto con los licitadores a través del registro de participantes y pedirles documentos justificativos sobre la naturaleza jurídica y la capacidad financiera y económica. Téngase en cuenta que una solicitud de documentos justificativos no implica en modo alguno que el licitador haya sido seleccionado.

#### a) Capacidad jurídica

A petición de la REA, los licitadores presentarán una «ficha de entidad legal» y una «ficha de identificación financiera» debidamente cumplimentadas y firmadas, con los anexos necesarios. Los formularios que deben utilizarse están disponibles en las siguientes direcciones:

[http://ec.europa.eu/budget/contracts\\_grants/info\\_contracts/legal\\_entities/legal\\_entities\\_en.cfm](http://ec.europa.eu/budget/contracts_grants/info_contracts/legal_entities/legal_entities_en.cfm)

[http://ec.europa.eu/budget/contracts\\_grants/info\\_contracts/financial\\_id/financial\\_id\\_en.cfm](http://ec.europa.eu/budget/contracts_grants/info_contracts/financial_id/financial_id_en.cfm)

En el caso de las ofertas conjuntas, deberá presentarse la ficha de entidad legal en relación con cada entidad participante, mientras que la ficha de identificación financiera solo se solicitará para el licitador que lidere el grupo.

El licitador (y cada uno de los miembros del grupo, en caso de oferta conjunta) declarará si es una pequeña o mediana empresa, de conformidad con la [Recomendación 2003/361/CE de la Comisión](#). Este dato se utilizará exclusivamente con fines estadísticos.

#### b) Capacidad financiera y económica

La situación económica y financiera deberá acreditarse cargando los siguientes documentos en e-Submission:

- una declaración del volumen de negocios global durante los últimos dos ejercicios financieros, con un mínimo anual de:

para el lote I: 200.000 EUR;

para el lote II: 250.000 EUR.

Volumen de negocios anual combinado del grupo en caso de oferta conjunta u oferta con subcontratación.

A petición de la REA, el licitador presentará:

- la cuenta de resultados;
- los balances de los dos últimos ejercicios cerrados, cuando la publicación de los mismos esté prevista en el Derecho de sociedades del país en el que esté establecido el operador económico;
- las notas explicativas o los anexos que forman parte de los estados financieros mencionados (si están disponibles).

Si, por una razón excepcional, el órgano de contratación considerase que existen motivos justificados que impiden al licitador presentar los documentos que le ha solicitado, este podrá demostrar su capacidad económica y financiera mediante cualquier otro medio que el órgano de contratación considere adecuado (justificante del seguro de indemnización por riesgos profesionales, plan de negocio para entidades de nueva creación, etc.).

En cualquier caso, esta razón excepcional y su justificación deberán al menos comunicarse al órgano de contratación en la oferta. La Comisión se reserva el derecho de solicitar cualquier otro documento que le permita verificar la solvencia económica y financiera del licitador.

### c) Capacidad técnica y profesional

El licitador deberá demostrar convincentemente que es capaz de realizar las tareas solicitadas.

Todo licitador con un conflicto de intereses profesional que pueda afectar a la ejecución del contrato podrá ser rechazado por incumplimiento de los criterios de selección de capacidad profesional.

**Lote I:** consultoría en materia audiovisual y de comunicación estratégica

#### • **Criterio 1:**

Experiencia profesional en servicios similares: el licitador deberá demostrar su experiencia en España en el ámbito de este lote, con al menos dos contratos ejecutados en los últimos dos años por un valor mínimo de 50 000 EUR.

Como prueba, el licitador presentará una lista de servicios de los contratos pertinentes realizados en los dos últimos años, indicando sus importes aproximados, las fechas y los beneficiarios, que demuestren su capacidad en el campo de la comunicación audiovisual.

#### • **Criterio 2:**

Disponer de los recursos humanos necesarios para realizar todos los servicios incluidos en el contrato con arreglo a las mejores prácticas profesionales.

El equipo que prestará los servicios debe ser capaz de trabajar en el entorno de ambas Representaciones en España (Madrid y Barcelona), cubriendo todo el territorio nacional.

Al menos dos miembros del equipo deberán tener como mínimo un nivel C2 (competencias lingüísticas a nivel nativo) en el Marco común europeo de

referencia para las lenguas<sup>2</sup> de español y un nivel C1 (nivel muy bueno) de inglés, acreditados por un certificado o la experiencia pertinente.

El equipo deberá incluir, como mínimo, los siguientes perfiles:

- Responsable del proyecto (1): un mínimo de cinco años de experiencia en la gestión de proyectos de un volumen similar (al menos la cuantía mencionada en el criterio 1), incluidos el control de los servicios prestados, el servicio de orientación al cliente y la resolución de conflictos, con experiencia en la gestión de equipos de al menos tres personas.
- Estrategas experimentados en comunicaciones (2): título de enseñanza superior pertinente de al menos cuatro años y una experiencia profesional de cinco años en el ámbito de la comunicación
- Planificador de medios de comunicación (1): título de enseñanza pertinente de al menos tres años y una experiencia profesional de tres años en el ámbito de la planificación respecto a los medios de comunicación
- Responsable de la compra de espacio publicitario (1): título de enseñanza pertinente de al menos tres años y una experiencia profesional de tres años en el ámbito de la compra de espacio publicitario en los medios de comunicación.

Se presupone que una persona podría desempeñar varios de los perfiles profesionales arriba citados.

Asimismo, el responsable del proyecto y los estrategas experimentados en comunicaciones del equipo propuesto deberán demostrar:

- un conocimiento muy bueno de las estructuras de la administración a escala nacional, local y regional, de los interlocutores sociales y de los medios de comunicación nacionales y locales;
- conocimientos de la situación de la prensa y de los medios de comunicación en España;
- una experiencia mínima de tres años en la producción de material audiovisual y en la organización de actos de prensa y sesiones informativas destinados a optimizar el alcance.

La oferta también deberá incluir una propuesta de equipo de servicios audiovisuales, que estará integrado por los profesionales siguientes:

- encargado de producción
- guionista
- cámara
- ingeniero de sonido
- montador de vídeos

Se presupone que una persona podría desempeñar varios de los perfiles profesionales audiovisuales.

Asimismo, no es necesario que el equipo de servicios audiovisuales propuesto se componga de personal permanente.

---

<sup>2</sup> Véase [http://www.coe.int/t/dg4/linguistic/Cadre1\\_en.asp](http://www.coe.int/t/dg4/linguistic/Cadre1_en.asp)

**Lote II:** servicios de consultoría en materia audiovisual y de comunicación en línea para las redes sociales

• **Criterio 1:**

Experiencia profesional en servicios similares: el licitador deberá demostrar su experiencia en España en el ámbito de este lote, con al menos dos contratos ejecutados en los últimos dos años por un valor mínimo de 50 000 EUR.

Como prueba, el licitador presentará una lista de servicios pertinentes de los contratos realizados en los dos últimos años, indicando sus importes aproximados, las fechas y los beneficiarios, en la que se demuestre su capacidad en el campo de la comunicación en línea.

• **Criterio 2:**

Disponer de los recursos humanos necesarios para realizar todos los servicios incluidos en el contrato con arreglo a las mejores prácticas profesionales.

El equipo que prestará los servicios debe ser capaz de trabajar en el entorno de ambas Representaciones en España (Madrid y Barcelona), cubriendo todo el territorio nacional.

Al menos dos miembros del equipo deberán tener como mínimo un nivel C2 (competencias lingüísticas a nivel nativo) en el Marco común europeo de referencia para las lenguas<sup>3</sup> de español y un nivel C1 (nivel muy bueno) de inglés, acreditados por un certificado o experiencia pertinente.

El equipo deberá incluir, como mínimo, los siguientes perfiles:

- Responsable de productos en línea (1): al menos cinco años de experiencia en la gestión de proyectos de un volumen similar (al menos la cuantía mencionada en el criterio 1), incluidos el control de los servicios prestados, el servicio de orientación al cliente y la resolución de conflictos, con experiencia en la gestión de equipos de al menos tres personas.
- Jefe de proyecto (1) o community manager (1): título de enseñanza superior pertinente de al menos cuatro años y una experiencia profesional de tres años en el ámbito de la comunicación en línea y las redes sociales.

Además, todos los miembros del equipo propuesto deberán demostrar:

- una experiencia mínima de tres años en la comunicación digital y en la producción de material audiovisual;
- conocimientos de los intereses nacionales en España vinculados a las prioridades de la UE y una experiencia demostrada en ese campo;
- conocimientos sobre la producción de material audiovisual, la gestión de cuentas de redes sociales y el diseño de infografías y material relacionado.

La oferta también deberá incluir una propuesta de equipo de servicios audiovisuales, que estará integrado por los profesionales siguientes:

- 
- - encargado de producción
- - guionista
- - cámara

---

<sup>3</sup> Véase [http://www.coe.int/t/dg4/linguistic/Cadre1\\_en.asp](http://www.coe.int/t/dg4/linguistic/Cadre1_en.asp)



- - ingeniero de sonido
- - montador de vídeo
- 
- Se presupone que una persona podría desempeñar varios de los perfiles profesionales audiovisuales.

Asimismo, no es necesario que el equipo de servicios audiovisuales propuesto se componga de personal permanente.

Como prueba, el licitador deberá facilitar los títulos de estudios y cualificaciones de las personas que vayan a prestar los servicios para el proyecto (currículum vitae), incluido el personal de gestión. Cada currículum deberá indicar la función prevista en la ejecución del servicio.

### **8.3.Requisitos adicionales aplicables a las ofertas conjuntas y las ofertas que incluyan subcontratación**

Véase la lista de comprobación de los documentos que deben presentarse (véase el anexo III).

Todo cambio en la composición del grupo de agentes económicos durante el proceso de contratación (una vez presentada la oferta) se limitará a circunstancias excepcionales (por ejemplo, una absorción de la empresa) y deberá ser aprobado por la Comisión.

Todo cambio de subcontratista durante el proceso de contratación (a partir de la presentación de la oferta) estará sujeto al acuerdo de la Comisión.

La Comisión exigirá que se cambie el miembro de un grupo o un subcontratista si el miembro del grupo o el subcontratista propuestos están en una situación de exclusión o no cumplen un criterio específico de selección.

## **9. CRITERIOS DE CONCESIÓN**

No se considerarán a efectos de la adjudicación del contrato las ofertas de los licitadores que se encuentren en alguna de las situaciones descritas en los criterios de exclusión o de selección.

El contrato se adjudicará a la oferta económicamente más ventajosa, teniendo en cuenta los siguientes criterios:

### **9.1.Evaluación técnica**

La oferta técnica que se presente como parte de la oferta (véase el punto 6) se evaluará como sigue:

Respecto al lote I:

los criterios 1 y 2 cubrirán la evaluación de la parte general de la oferta técnica. Los criterios 3 y 4 evaluarán los estudios de casos

Criterios cualitativos de adjudicación	Explicación sobre el ámbito del criterio	Puntuación máxima	Puntuación mínima que
<b>Criterio 1</b>	Este criterio evaluará la pertinencia del enfoque metodológico y su adaptación a las necesidades de la Comisión Europea.	<b>10</b>	<b>6</b>
Calidad del enfoque metodológico			

<b>Criterio 2</b>  Calidad de las medidas aplicadas con vistas a una ejecución de alta calidad constante a lo largo de todo el período de vigencia del contrato, incluidas las medidas de control de la calidad	Con este criterio se evaluará el sistema de control de la calidad aplicado a la prestación de los servicios previstos en el presente pliego de condiciones en lo relativo a la calidad de las prestaciones y la continuidad del servicio. El sistema de calidad deberá detallarse y deberá estar adaptado a las tareas correspondientes; un sistema de calidad demasiado general obtendrá una puntuación baja.	<b>10</b>	6
<b>Criterio 3</b>  <b>Estudio de caso n.º 1</b>  Pertinencia, exhaustividad de la estrategia propuesta y plan de acción para una campaña de seis meses destinada a los jóvenes	El criterio evaluará la exhaustividad y la pertinencia de la estrategia de muestra y del plan de acción, e incluirá acciones en todos los ámbitos: crecimiento económico y creación de empleo; apoyo económico a la innovación y a los emprendedores; educación y cultura; medio ambiente, energía y cambio climático; seguridad y digitalización. Idoneidad del plan de acción para los jóvenes españoles y uso adecuado de las distintas herramientas. También se evaluarán los recursos humanos y económicos. En concreto, se evaluará la asignación de los costes y la idoneidad de los recursos humanos asignados al proyecto.	<b>25</b>	15
<b>Criterio 4</b>  <b>Estudio de caso n.º 2</b>  Relevancia, exhaustividad de la estrategia propuesta y plan de acción sobre el MFP para el período 2021-2027	<b>Subcriterio 1.</b> Medida en la que la estrategia de muestra y el plan de acción: <ul style="list-style-type: none"> <li>• son exhaustivos y pertinentes</li> <li>• destacan la importancia del presupuesto de la UE para la vida de la población española y</li> <li>• dan visibilidad a esta importancia en los medios de comunicación y en relación con el público con arreglo a las prioridades de la Comisión Europea.</li> </ul> <b>Subcriterio 2.</b> Adecuación del plan de acción para abordar los asuntos relacionados con la UE de especial interés a escala nacional, regional y local; también se evaluarán los recursos humanos y económicos: . En concreto, se evaluará la asignación de los costes y la idoneidad de los recursos humanos asignados al proyecto.	<b>30</b>  10  10  10  <b>25</b>	18        15
<b>TOTAL</b>		<b>100</b>	<b>70</b>

Respecto al lote II:

los criterios 1 y 2 cubrirán la evaluación de la parte general de la oferta técnica.  
Los criterios 3 y 4 evaluarán los estudios de casos

Criterios cualitativos de adjudicación	Explicación sobre el ámbito del criterio	Puntuación máxima	Puntuación mínima que debe
<b>Criterio 1</b>  Calidad del enfoque metodológico	Este criterio evaluará la pertinencia del enfoque metodológico y su adaptación a las necesidades de la Comisión Europea.	10	6
<b>Criterio 2</b>  Calidad de las medidas aplicadas con vistas a una ejecución de alta calidad constante a lo largo de todo el período de vigencia del contrato, incluidas las medidas de control de la calidad	Con este criterio se evaluará el sistema de control de la calidad aplicado a la prestación de los servicios previstos en el presente pliego de condiciones en lo relativo a la calidad de las prestaciones y la continuidad del servicio. El sistema de calidad deberá detallarse y deberá estar adaptado a las tareas correspondientes; un sistema de calidad demasiado general obtendrá una puntuación baja.	10	6
<b>Criterio 3</b>  <b>Estudio de caso n.º 1</b>  Pertinencia, exhaustividad de la estrategia propuesta y plan de acción para una campaña de tres meses destinada a los jóvenes	El criterio evaluará la exhaustividad y la pertinencia de la estrategia de muestra y del plan de acción, e incluirá acciones en todos los ámbitos: crecimiento económico y creación de empleo; apoyo económico a la innovación y a los emprendedores; educación y cultura; medio ambiente, energía y cambio climático; seguridad y digitalización. Idoneidad del plan de acción para los jóvenes españoles y uso adecuado de las distintas herramientas. También se evaluarán los recursos humanos y económicos. . En concreto, se evaluarán la distribución de los costes y la idoneidad de los recursos humanos asignados al proyecto.	25	15
<b>Criterio 4</b>  <b>Estudio de caso n.º 2</b>  Calidad, claridad, creatividad, y pertinencia de la campaña en internet y en las redes sociales acerca de las ventajas de la ciudadanía de la Unión	<b>Subcriterio 1.</b> El criterio evaluará: <ul style="list-style-type: none"> <li>la calidad, la claridad, la creatividad, el carácter innovador y la adecuación de la estrategia y la campaña en internet y en las redes sociales, y</li> <li>la medida en que se dirige adecuadamente a la población española. También se evaluarán la idoneidad de los mensajes transmitidos y la combinación de herramientas, así como los recursos humanos y económicos. En</li> </ul>	35  20  15	21

	concreto, se evaluará la asignación de los costes y la idoneidad de los recursos humanos asignados al proyecto.		
	<b>Subcriterio 2.</b> La calidad del plan editorial de los redes sociales, el trabajo y el diseño gráficos y audiovisuales, y las distintas fuentes, los influidores y los comunicadores seleccionados	20	12
<b>TOTAL</b>		100	70

El resultado de la evaluación técnica es la suma de los puntos obtenidos en la evaluación de cada criterio. Solo se tendrán en cuenta para la adjudicación del contrato las ofertas que hayan obtenido al menos el 60 % de la puntuación asignada a cada criterio y subcriterio y un resultado total de 70 puntos como mínimo.

Se usará el siguiente cuadro para determinar los puntos atribuidos a cada criterio:

<b>Rango de puntos</b>	<b>Clasificación</b>	<b>Criterios para atribuir los puntos</b>
0 %	Respuesta nula (incumplimiento total)	La oferta no cumple el criterio, no da respuesta a las prestaciones demandadas, no transmite con claridad su propuesta o se limita a citar el texto del pliego de condiciones.
1-40 %	Respuesta insatisfactoria	La oferta cumple el criterio con insuficiencias significativas en varios aspectos clave, es incoherente en diversos aspectos identificables, está parcialmente incompleta o se limita a citar el texto del pliego de condiciones en la mayor parte de los aspectos fundamentales.
41-60 %	Respuesta parcialmente satisfactoria	La oferta cumple el criterio, pero con algunas insuficiencias que hacen que la respuesta sea solo parcialmente satisfactoria o no específica.
61-70 %	Respuesta satisfactoria y aceptable	La oferta cumple el criterio y cubre la mayor parte de los aspectos fundamentales.
71-90 %	Respuesta muy buena / totalmente satisfactoria	La oferta cumple el criterio y cubre todos los aspectos fundamentales.
91-100 %	Respuesta excelente	La oferta cumple el criterio en todos los aspectos fundamentales y supera algunos o todos los requisitos principales.

## 9.2.Evaluación financiera

Para presentar su oferta financiera, el licitador deberá utilizar el cuadro de precios estándar del anexo IV.

Cualquier omisión o modificación del cuadro de precios original podrá implicar la nulidad de la oferta.

Para la evaluación y la comparación de las ofertas financieras, la Comisión utilizará un **precio de referencia**: el total de los precios para los distintos servicios que figuran en el anexo IV.

Por consiguiente, esta simulación no puede considerarse en ninguna circunstancia constitutiva de compromiso por parte de la Comisión de celebrar contratos específicos para los servicios y por las cantidades correspondientes, ni puede originar ningún derecho ni expectativa legítima por parte del contratista.

Tras la firma del contrato marco serán aplicables los precios unitarios indicados en la oferta financiera.

## 9.3.Adjudicación del contrato

Siempre que haya un número suficiente de operadores económicos que satisfagan los criterios de selección y que exista un número suficiente de ofertas admisibles que cumplan los criterios de adjudicación, el contrato se adjudicará a los licitadores (uno por cada lote) que consigan la máxima puntuación al aplicar la fórmula siguiente:

Puntuación de la oferta X	=	Precio de referencia más bajo	*100	0,4 (ponderación de precio del 40 %)	+	Puntuación total de calidad (sobre 100) respecto a todos los criterios de la oferta X	*	0,6 (ponderación de calidad del 60 %)
		Precio de referencia de la oferta X	*					

Estos operadores se clasificarán según la relación que ofrezca la mejor relación calidad-precio.

**ANEXO I DEL PLIEGO DE CONDICIONES:** Descripción de los servicios.

**ANEXO II DEL PLIEGO DE CONDICIONES:** Declaración jurada.

**ANEXO III DEL PLIEGO DE CONDICIONES:** Lista de comprobación de los documentos que los licitadores deben presentar.

**ANEXO IV DEL PLIEGO DE CONDICIONES:** Plantilla para la oferta financiera.