

**PLIEGO DE CLÁUSULAS ADMINISTRATIVAS PARTICULARES PARA LA  
CONTRATACIÓN DE UN SERVICIO DE COMERCIALIZACIÓN, PROMOCIÓN E  
INTERMEDIACIÓN EN LA VENTA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS DE  
TELEVISIÓ DE CORPORACIÓ CATALANA DE MITJANS AUDIOVISUALS, S.A.**

— PROCEDIMIENTO ABIERTO —

**EXPEDIENTE Nº 1311OB05**

**PRIMERA.- RÉGIMEN JURÍDICO**

Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, S.A., (en adelante CCMA, SA) denominada anteriormente Televisió de Catalunya, S.A., de conformidad con el artículo 3.3 apartado b) del Texto Refundido de la Ley de contratos del sector público, aprobado por el Real Decreto Legislativo 3/2011, de 14 de noviembre, (en adelante, referido como TRLCSP) y a los efectos de su actividad contractual, tiene la consideración de poder adjudicador y, por lo tanto, tiene reconocida la capacidad de convocar esta concurrencia pública de ofertas.

La contratación del servicio se regirá, respecto a la preparación y la adjudicación, según los términos establecidos en el TRLCSP teniendo en cuenta especialmente los artículos 137.1, 189 y 190, y en lo referente a los efectos y extinción del contrato, estará sujeta al derecho privado tal como prevé el artículo 20 del TRLCSP.

El Contrato es un contrato privado de servicios sujeto a regulación armonizada.

En todo caso, esta concurrencia se somete a los principios de publicidad, concurrencia, transparencia, confidencialidad, igualdad y no discriminación.

**Procedimiento de selección**

El procedimiento de selección del adjudicatario del Contrato será un procedimiento abierto y se sujetará, en primer lugar, a lo dispuesto en el presente Pliego.

Serán aplicables supletoriamente las siguientes normas:

- a) El Real Decreto Legislativo 3/2011, de 14 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de contratos del sector público (TRLCSP) . En concreto, lo dispuesto en su artículo 190.
- b ) El Real Decreto 1098/2001, de 12 de octubre, por el que se aprueba el Reglamento General de la Ley de contratos de las Administraciones Públicas.
- c) El Real Decreto 817/2009, de 8 de mayo, por el que se desarrolla parcialmente la Ley 30/2007, de 30 de octubre, de contratos del sector público.
- d) La Ley 11 /2007, de 11 de octubre, de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals.

Serán de aplicación en el procedimiento de selección del adjudicatario del Contrato las disposiciones del Capítulo VI del Título I del Libro Primero del TRLCSP referentes al recurso especial en materia de contratación.

El orden jurisdiccional contencioso-administrativo será competente para conocer de las eventuales controversias que puedan surgir respecto del procedimiento de

selección del adjudicatario del Contrato, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 21.1 de la TRLCSP.

### **Efectos, cumplimiento y extinción del Contrato**

El Contrato está sujeto al derecho privado en lo referente a sus efectos, cumplimiento y extinción.

A estos efectos, serán de aplicación prioritaria las disposiciones previstas en el presente Pliego, junto con la proposición del adjudicatario y el contrato formalizado entre las partes.

Con carácter supletorio serán de aplicación las siguientes disposiciones:

- a) La Ley 22/2005, de 29 de diciembre, de comunicación audiovisual de Cataluña, las Instrucciones dictada por el Consell Audiovisual de Catalunya, la Ley 7/2010 de 31 de marzo, general de la comunicación audiovisual y la legislación en materia de publicidad o cualquier otra que resulte de aplicación.
- b) La Norma de publicidad del Consejo de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals.
- c) Las condiciones de contratación del Departamento Comercial de televisión de CCMA, S.A.
- d) La Ley 12/1992, de 27 de mayo, del contrato de agencia.
- e) El Código Civil de Cataluña.
- f) El Código Civil estatal.
- g) El Libro de Estilo de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals.

El orden jurisdiccional contencioso-administrativo será competente para conocer sobre las eventuales controversias que puedan surgir respecto de los efectos, cumplimiento y extinción del Contrato, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 21.2 del TRLCSP.

Las modificaciones del Contrato se registrarán por lo dispuesto en el Título V del Libro I del TRLCSP.

El desconocimiento por parte del contratista de las condiciones establecidas en este pliego de condiciones administrativas particulares y de cualquier otro documento que pueda tener aplicación en la ejecución de la cosa pactada, no eximirá a los licitadores de su cumplimiento.

### **SEGUNDA. - OBJETO DEL CONTRATO**

El Contrato es un contrato de servicios de agencia que tiene por objeto la realización, por parte del adjudicatario de forma directa, continuada, estable, y por cuenta ajena, del proceso completo de la actividad de comercialización y promoción para la venta de espacios publicitarios de televisión de CCMA, S.A. y de las webs asociadas; desde el análisis de mercado, la venta al cliente y la planificación hasta la confección de factura proforma.

En el Pliego de prescripciones técnicas que se adjunta a este Pliego de cláusulas administrativas particulares se recogen los requerimientos específicos del servicio.

La codificación de la Clasificación estadística del Vocabulario Común de Contratos (CPV) de la Comisión Europea es la 79341200-8

### **TERCERA. - VALOR ESTIMADO**

El valor estimado del contrato, basado en un escenario de estabilidad de todos los parámetros de cálculo de las retribuciones variables al adjudicatario del servicio, es de DIECISÉIS MILLONES de euros (16.000.000 €), IVA no incluido, para toda la duración prevista del contrato, prórroga incluida.

### **CUARTA. - DURACIÓN DEL CONTRATO**

El contrato tendrá una duración de tres años más un período transitorio comprendido desde la fecha de formalización del contrato y el primer día del primer trimestre natural siguiente a la fecha de su formalización y podrá ser prorrogado por una única prórroga de tres años.

La prórroga del Contrato no tendrá carácter automático. Deberá ser acordada por el órgano de contratación a propuesta de la Comisión Mixta prevista en el apartado 5 del Pliego de prescripciones técnicas.

El Contrato podrá extinguirse previamente al cumplimiento del plazo de tres años en los supuestos y con las condiciones previstas en la Cláusula decimonovena, apartado 1, del presente Pliego.

### **QUINTA. - CAPACIDAD PARA CONTRATAR**

Podrán contratar las personas naturales o jurídicas, españolas o extranjeras que tengan plena capacidad de obrar, no estén incluidas en ninguna de las circunstancias descritas en el artículo 60 del TRLCSP y acrediten su solvencia económica, financiera, técnica y profesional.

Los concurrentes deberán estar habilitados profesionalmente para la realización de la actividad que constituye el objeto del contrato según resulte de sus estatutos o reglas fundacionales.

Tendrán incompatibilidad para presentar una solicitud de participación en el procedimiento de adjudicación del Contrato las empresas o grupos de empresas que estén sujetas a una prohibición regulatoria para prestar los servicios objeto de la presente concurrencia.

A estos efectos, y concretamente en relación a las normativas sobre la competencia, las empresas licitadoras deberán considerar como le afectaría si resultase adjudicataria del contrato objeto de la presente licitación, debido al incremento que ello le supondría de su participación en el mercado publicitario.

CCMA, S.A. podrá contratar con Uniones de Empresarios que se constituyan temporalmente al efecto, sin que sea necesaria la formalización de éstas en escritura pública hasta que se haya efectuado la adjudicación a su favor. Estos empresarios quedarán obligados solidariamente ante CCMA, S.A. y deberán nombrar un representante o apoderado único de la unión con poderes suficientes para ejercer los derechos y cumplir las obligaciones que del contrato se deriven hasta la extinción del mismo, sin perjuicio de la existencia de poderes mancomunados que puedan otorgar las empresas para cobros y pagos de cuantía significativa.

A los efectos de la licitación, los empresarios que deseen concurrir integrados en una unión temporal deben indicar los nombres y circunstancias de los que la constituyan y la participación de cada uno, así como que asumen el compromiso de constituirse formalmente en unión temporal (UTE) si resultan adjudicatarios del contrato. Asimismo cada uno de los empresarios deberá acreditar de manera independiente su capacidad de obrar y solvencia económica y técnica si la UTE no está constituida. A fin de determinar la solvencia de la unión temporal, se acumulará la acreditada por cada una de las empresas integrantes de la misma.

La duración de las UTE deberá ser, como mínimo, la duración del contrato hasta su extinción.

#### **SEXTA. - ACREDITACIÓN DE LA CAPACIDAD DE OBRAR**

Los licitadores acreditarán su capacidad de obrar de la siguiente forma:

1. Mediante la escritura o documento de constitución, los estatutos o el acto fundacional donde consten las normas por las que se regula su actividad, debidamente inscritos en el Registro Público que corresponda.
2. Documento acreditativo, mediante escritura pública, del poder de representación suficiente para comparecer ante CCMA, S.A. de las personas que comparezcan o firmen proposiciones en nombre y representación de la persona o entidad de la que se trate.
3. Documento Nacional de Identidad, o documento equivalente, de la persona con poder suficiente a efectos de representación que firma la oferta
4. Los empresarios no españoles nacionales de Estados miembros de la Unión Europea la acreditarán mediante la inscripción en el registro habilitado según su legislación o mediante la presentación de una declaración jurada o un certificado, en los términos que se establezcan por reglamento, de acuerdo con las disposiciones comunitarias aplicables.
5. El resto de empresarios extranjeros acreditarán su capacidad de obrar con un informe de la Misión Diplomática Permanente de España en el Estado correspondiente.
6. Las empresas extranjeras deberán presentar una declaración de someterse a la jurisdicción de los Juzgados y Tribunales españoles de cualquier orden, por todas las incidencias que de modo directo o indirecto pudieran surgir del contrato, con renuncia, en su caso, del derecho a una jurisdicción extranjera que pudiera corresponder al solicitante.
7. En el supuesto en que se presenten proposiciones suscritas por una unión temporal de empresarios, se incorporará en la propuesta un documento en el que conste esta circunstancia, un compromiso de ejecución conjunta del Contrato con responsabilidad solidaria de todas las empresas que formen parte

de ella y el compromiso de formalizar su constitución en escritura pública para el cumplimiento del Contrato.

## **SÉPTIMA. - ACREDITACIÓN DE LA SOLVENCIA**

### **1. Solvencia económica y financiera**

Los licitadores deberán acreditar disponer de fondos propios por valor de 4 millones de euros.

La solvencia económica y financiera se acreditará mediante una copia de las últimas cuentas anuales aprobadas y presentadas en el Registro Mercantil (necesariamente cerrados durante el año 2012, ya sea a 31 de diciembre si el ejercicio coincide con el año natural o en cualquier otra fecha de 2012 si no fuera así), acompañados del correspondiente informe de auditoría y con inclusión del comprobante del depósito de las cuentas en el registro.

### **2. - Solvencia técnica**

Los licitadores deberán acreditar haber realizado en los últimos dos años, de manera directa, continuada y estable, la actividad de comercialización de los espacios publicitarios de uno o más medios de comunicación por un volumen anual global de facturación por espacios publicitarios de un mínimo de 30 millones de euros (IVA no incluido). Esta acreditación se hará por alguno de los siguientes medios:

- a) Las cuentas anuales de los dos ejercicios, presentados en el Registro Mercantil o en el Registro oficial que corresponda, en los que se especifique una partida de ingresos identificada como volumen global de facturación por espacios publicitarios.
- b) Informe de auditores acreditando el volumen global de facturación por espacios publicitarios en dos ejercicios.
- c) Memoria preparada por el licitador indicando el volumen global de facturación por espacios publicitarios en los dos últimos ejercicios, y acreditando este volumen con datos reales y comprobables. Esta memoria deberá estar acompañada de una declaración responsable del licitador sobre el volumen global de facturación por espacios publicitarios.

Los licitadores deberán aportar también:

- d) Relación de los principales servicios o trabajos realizados relacionados con el objeto del contrato, en los últimos dos años, que incluya una referencia a la naturaleza de la empresa destinataria del servicio y el importe facturado.
- e) Presentación de la estructura organizativa de la empresa.
- f) Declaración indicando los medios propios tanto técnicos como humanos de los que dispone en general y de los que específicamente asignará a la ejecución del contrato.
- g) Las titulaciones profesionales del personal responsable de la ejecución del contrato.

La acreditación de la solvencia exigida podrá realizarse por alguna de las siguientes formas:

1. La del propio solicitante si se trata de un empresario que concurra individualmente.
2. En el supuesto de empresas pertenecientes a un grupo de sociedades, se podrá tener en consideración la de la totalidad de las diversas entidades o sociedades pertenecientes a aquel grupo, siempre y cuando se acredite que tiene efectivamente a su disposición los medios de dichas sociedades necesarios para la ejecución del contrato. A estos efectos, se entenderán pertenecientes a un mismo grupo las entidades que constituyan una unidad de decisión, de conformidad con lo previsto en el artículo 42 del Código de Comercio.
3. La de la unión temporal de empresarios, en su caso.

Los licitadores que no aporten la documentación y los datos solicitados en esta cláusula quedarán automáticamente excluidos de la licitación.

Mientras el contrato esté en vigor, CCMA, S.A. podrá pedir en cualquier momento al adjudicatario los documentos que acrediten la vigencia de los datos de solvencia económica y financiera así como de la técnica y profesional. La no acreditación de la solvencia por parte del adjudicatario facultará a CCMA,S.A. para resolver el contrato.

## **OCTAVA. - PRESENTACIÓN DE PROPOSICIONES**

Los licitadores deberán presentar sus propuestas en tres sobres cerrados y firmados por el candidato o persona que lo represente, debidamente identificados con el nombre y apellidos del candidato o la razón social de la empresa y su correspondiente NIF, y dirigirlos a CORPORACIÓ CATALANA DE MITJANS AUDIOVISUALS, S.A. en la calle de TV3, s/n (Edificio TV3), 08970 Sant Joan Despí, antes de las 13.00 horas del día 10 de enero de 2014, indicando:

---

### **CONCURRENCIA PÚBLICA DE OFERTAS Nº 1311OB05**

#### **CONTRATACIÓN DE UN SERVICIO DE COMERCIALIZACIÓN, PROMOCIÓN E INTERMEDIACIÓN EN LA VENTA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS DE TELEVISIÓN DE CORPORACIÓ CATALANA DE MITJANS AUDIOVISUALS, S.A.**

#### **- DEPARTAMENTO DE COMPRAS CORPORATIVAS -**

---

El horario para la presentación de ofertas es de lunes a viernes (excepto festivos) de 10:00 a 13:00 h.

Cuando las ofertas se envíen por correo certificado, el solicitante deberá justificar la fecha y hora del envío en la oficina de correos y anunciar a CCMA, S.A. la remisión de la proposición mediante correo electrónico, en aquella misma fecha, a la dirección [ofertescma@ccma.cat](mailto:ofertescma@ccma.cat). Sin la concurrencia de estos requisitos no será admitida la oferta remitida por correo si es recibida en el Registro de CCMA, S.A. con posterioridad a la fecha y hora de finalización del plazo señalado en el anuncio de licitación. No obstante lo anterior, no será admitida, en ningún caso, la documentación que no haya sido recibida transcurridos diez días naturales desde la finalización del plazo fijado para la admisión de solicitudes.

Las proposiciones presentadas fuera de plazo no serán admitidas bajo ningún concepto.

Las proposiciones serán secretas y su presentación presume la aceptación incondicionada por parte de la empresa licitadora del contenido del presente Pliego, sin ninguna excepción, y de todos y cada uno de los documentos que formen parte de la contratación, así como la declaración responsable de que reúnen todas y cada una de las condiciones exigidas para contratar con CCMA, S.A.. Cualquier excepción se tendrá por no puesta.

Las empresas interesadas podrán formular consultas a CCMA, S.A. exclusivamente a través de la dirección de correo electrónico [ofertesccma@ccma.cat](mailto:ofertesccma@ccma.cat), durante todo el periodo de publicación de la convocatoria de la licitación.

### **Contenido de los sobres**

En el interior de cada uno de los tres sobres constará un índice con la relación numérica de los documentos contenidos.

### **Sobre A: Documentación administrativa.**

Los licitadores deberán aportar la siguiente documentación:

- a) Acreditación de la capacidad de obrar y de la personalidad jurídica del licitador de acuerdo con el detalle de la Cláusula sexta del presente Pliego.
- b) Acreditación de la solvencia económica y financiera de acuerdo con el detalle de la Cláusula séptima del presente Pliego.
- c) Acreditación de la solvencia técnica y profesional de acuerdo con el detalle de la Cláusula séptima del presente Pliego.
- d) Declaración responsable de no incurrir en prohibición de contratar o incompatibilidades señaladas en la Cláusula quinta del presente Pliego y según el modelo que se adjunta como Anexo V, acompañada de un informe técnico sobre el impacto que, en relación a la normativa nacional o comunitaria europea sobre la competencia, tendría para el licitador en caso de resultar adjudicatario del contrato objeto de la presente licitación, como consecuencia del incremento que ello le supondría en su participación del mercado publicitario.
- e) Declaración responsable conforme dispone, o podrá disponer en el plazo previsto, de las instalaciones adecuadas para llevar a cabo la prestación del servicio, de acuerdo con lo que se estipula en el apartado 3.1. letra e) del Pliego de especificaciones técnicas.

Las empresas inscritas en el Registro Electrónico de Empresas Licitadoras de la Generalitat de Catalunya (RELI) o en el Registro Oficial de Licitadores y Empresas Clasificadas del Estado, estarán exentas de aportar la documentación requerida en la letra a), referida a la capacidad de obrar y la personalidad jurídica del licitador, excepto si presenten una proposición suscrita por una unión temporal de empresas, en cuyo caso deberán adjuntar la documentación requerida en los apartados 7 y 8 de la Cláusula sexta del presente Pliego.

### **Sobre B: Documentación relativa a los criterios de valoración cualitativa.**

Los licitadores deberán aportar documentación acreditativa suficiente para que se pueda valorar la Proposición Técnica de la Cláusula décima.

La Proposición Técnica consistirá en un "Plan de Negocio" presentado por cada licitador. El "Plan de Negocio" incluirá la información relacionada en el Anexo III del presente Pliego.

Los licitadores incluirán en este sobre la relación del personal destinado al cumplimiento del contrato, indicando su experiencia en el sector publicitario de televisión.

El sobre de la Proposición Técnica únicamente incluirá documentos de carácter técnico, sin ninguna referencia a aspectos económicos que permitan calcular el importe presentado por el licitador en su oferta económica.

Serán rechazadas las ofertas que incumplan esta disposición.

A los efectos de valorar adecuadamente cualquier aspecto de la proposición técnica, la Mesa de contratación podrá solicitar al licitador la justificación documental correspondiente o las aclaraciones complementarias que considere oportunas, antes de proceder a la emisión de su propuesta de adjudicación.

Los licitadores indicarán qué información aportada, referida a aspectos técnicos y comerciales, es calificada como confidencial.

### **Sobre C: Proposición económica.**

Los licitadores deberán presentar una oferta económica que consista en los diferentes porcentajes que en concepto de comisión para la determinación de su retribución variable pretende aplicar el contratista sobre los ingresos totales derivados del desarrollo de la actividad de publicidad en televisión. La propuesta de comisión para determinar la retribución variable del contratista se formulará por intervalos, teniendo en cuenta los intervalos de consecución del Objetivo Revisado, según lo dispuesto en el apartado 4 letra c) del Pliego de prescripciones técnicas y señalados en la tabla que se presenta en dicho apartado.

La Oferta Económica deberá formularse de conformidad con el modelo del Anexo VI.

No se aceptarán las ofertas que tengan omisiones, enmiendas o errores que impidan conocer claramente lo que se considera fundamental para valorarlas.

Cada licitador sólo podrá presentar una única proposición.

### **Formato de presentación de las ofertas**

Los documentos de acreditación de la personalidad jurídica y de la capacidad de obrar se podrán aportar mediante el original o bien por fotocopia. En caso de presentar la documentación mediante fotocopia, CCMA, S.A. se reserva el derecho de solicitar el original o una copia auténtica de esta documentación en cualquier momento del proceso de adjudicación.



Los licitadores necesariamente deberán presentar en papel toda la documentación solicitada de los sobres A, B y C, y también en un CD o en un lápiz de memoria en formato PDF que se incluirá en cada uno de los respectivos sobres.

Cada empresario no podrá presentar más de una propuesta, ni suscribir ninguna propuesta en agrupación con otros empresarios si lo ha hecho individualmente, o formar parte de más de una unión temporal de empresarios. La infracción de alguna de estas prohibiciones dará lugar a la inadmisión de todas las solicitudes suscritas por el empresario incumplidor.

Si durante la tramitación del procedimiento de licitación y antes de la adjudicación del Contrato se produjera la extinción de la personalidad jurídica de la empresa licitadora de alguno de los integrantes de una unión temporal de empresarios por fusión, escisión o por transmisión de su patrimonio empresarial, podrá suceder en su posición en el procedimiento la sociedad absorbente, la resultante de la fusión, la beneficiaria de la escisión la adquirente del patrimonio, siempre que reúna las condiciones de capacidad y ausencia de prohibiciones de contratar e incompatibilidades, y acredite la aptitud en las condiciones exigidas en el Pliego para poder participar en el procedimiento de adjudicación. Al margen de este supuesto, no será posible alterar la composición de las uniones temporales, de empresarios.

Cuando varios empresarios presenten una oferta conjunta, cada uno de ellos acreditará su personalidad y capacidad de obrar en la forma descrita en las Cláusulas quinta y sexta del presente Pliego

Toda la documentación debe ser presentada en catalán o castellano, o traducida oficialmente en alguna de estas lenguas.

No se podrá divulgar la información facilitada por los licitadores que éstos hayan designado como confidencial. Este carácter afecta, en particular, a los secretos técnicos o comerciales y a los aspectos confidenciales de las ofertas.

## **NOVENA. - MESA DE CONTRATACIÓN**

Los miembros que constituirán la Mesa de contratación de este expediente son los siguientes:

- Presidencia: Servicios Jurídicos
- Vocal: Área Comercial
- Vocal: Dirección de Gestión y Recursos
- Vocal: Área Económica financiera
- Vocal: Área de Recursos humanos
- Secretaría: Área de Compras

La Mesa de contratación calificará previamente la documentación general presentada en el plazo establecido y en la forma apropiada, y desestimarán, si lo considera conveniente, aquellas empresas licitadoras que no aporten toda la documentación requerida.

Sin embargo, en caso de que la Mesa observe defectos u omisiones subsanables en la documentación presentada, lo comunicará a los licitadores afectados para que los corrijan o subsanen, ante la propia Mesa de contratación, en un plazo no superior a

tres días hábiles. En caso de que no sea subsanada la documentación en el plazo indicado, la oferta será excluida del procedimiento de adjudicación.

## **DÉCIMA. - VALORACIÓN DE LAS PROPOSICIONES**

La Mesa, una vez analizada la documentación general, seleccionará al licitador que en conjunto haga la proposición más ventajosa teniendo en cuenta los siguientes criterios de valoración:

1. Las Proposiciones Técnicas (máximo 50 puntos), que se valorarán de conformidad con los criterios de valoración indicados en el Anexo III.

Las empresas licitadoras han de obtener, como mínimo, 35 puntos de los 50 máximos, de acuerdo con los criterios de valoración establecidos para las proposiciones técnicas. Las empresas con puntuación inferior a estos 35 puntos, quedarán excluidas.

2. La Oferta Económica (máximo 50 puntos) consistirá en la retribución variable del contratista.

Cada licitador propondrá en su Oferta Económica el porcentaje concreto de comisión para cada uno de los siete intervalos de consecución de objetivos superiores al 100% indicados en la tabla del apartado 4 del Pliego de prescripciones técnicas.

La puntuación máxima de 50 puntos se distribuirá de la siguiente forma para cada uno de los intervalos de consecución de objetivos:

- Superior a 100% hasta 103%: hasta 20 puntos.
- Superior a 103% hasta 106%: hasta 5 puntos.
- Superior a 106% hasta 109%: hasta 5 puntos.
- Superior a 109% hasta 112%: hasta 5 puntos.
- Superior a 112%: hasta 115%. Hasta 5 puntos.

Superior a 115% hasta 118%: hasta 5 puntos.

Superior a 118%: hasta 5 puntos.

En el Anexo IV del presente Pliego se identifica la concreta puntuación que corresponderá a cada una de las ofertas presentadas para cada uno de los siete grados de consecución de objetivos.

Los porcentajes de comisión sobre los ingresos en televisión propuestos por el adjudicatario para cada uno de los intervalos de grado de consecución del Objetivo Revisado ha de ser igual o superior al del porcentaje propuesto para el intervalo de grado de consecución inferior.

No se tendrán en cuenta las Ofertas Económicas que presenten porcentajes de comisión del adjudicatario que se encuentren fuera de

los intervalos indicados en la tabla del apartado 4 del Pliego de prescripciones técnicas.

En el supuesto de igualdad de puntuación en las ofertas de algunas de las empresas licitadoras, se establecen como criterios de adjudicación adicionales los siguientes:

- En caso de empate de puntuación total (técnica más económica) entre las propuestas de dos o más licitadores, se seleccionará el que tenga mayor valoración técnica.
- En caso de empate de ofertas económicas y, a la vez, coincidencia en la valoración técnica, se seleccionará en base a las siguientes prioridades:
  1. Plan de comercialización
  2. Delegaciones
  3. Medios humanos

#### **UNDÉCIMA. - ADJUDICACIÓN DEL CONTRATO**

El órgano de contratación, previa valoración de la Mesa, adjudicará el contrato en el plazo máximo de 60 días naturales desde la finalización del plazo para presentar ofertas. Durante este periodo, CCMA, S.A. podrá pedir a las empresas concurrentes las informaciones complementarias y aclaraciones que considere convenientes.

##### **Órgano de contratación**

El órgano de contratación en el procedimiento de adjudicación del Contrato será el Presidente del Consejo de Gobierno de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals.

##### **Renuncia a la celebración del contrato y desistimiento del procedimiento de adjudicación**

CCMA, S.A., de acuerdo con lo que establece el artículo 155 del TRLCSP, podrá renunciar a la celebración del contrato y desistir del procedimiento de adjudicación.

#### **DUODÉCIMA. - GARANTÍA DEFINITIVA**

El adjudicatario entregará a CCMA,S.A., en el plazo previsto en la Clàusula decimotercera siguiente, una garantía definitiva por un importe de UN MILLÓN DE EUROS (1.000.000 €).

La garantía definitiva se constituirá mediante aval bancario, solidario y con renuncia al beneficio de excusión, prestado por una entidad bancaria de reconocida solvencia. El aval se deberá sujetar a los términos y condiciones previstos en el modelo de aval que se adjunta como Anexo VII.

La garantía responderá del exacto cumplimiento del contrato, de las obligaciones asumidas por el adjudicatario, de cualquier aspecto regulado en los pliegos de cláusulas que lo regulan y de los conceptos previstos en el artículo 100 del TRLCSP.

El aval estará en vigor hasta que el órgano de contratación de CCMA, S.A. autorice su cancelación o devolución de acuerdo con lo establecido en el artículo 103 del TRLCSP.

En el caso de uniones temporales de empresarios, la garantía podrá constituirse por una o varias de las empresas participantes, siempre que en conjunto se alcance la cuantía requerida en la presente cláusula y garantice solidariamente a todos los integrantes de la unión temporal-

### **DECIMOTERCERA. - DOCUMENTACIÓN PREVIA A LA FORMALIZACIÓN DEL CONTRATO**

CCMA, S.A. comunicará al licitador seleccionado su propuesta de adjudicación.

El contratista aportará, en el plazo de 10 días hábiles a contar desde el día siguiente a aquél en el que reciba la comunicación, la documentación siguiente:

1. La garantía definitiva prevista en la Cláusula duodécima anterior.
2. Los documentos justificativos de hallarse al corriente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias y con la Seguridad Social siguientes:
  - Acreditación de encontrarse al corriente en el cumplimiento de las obligaciones con la Agencia Tributaria. A estos efectos se presentará una certificación positiva expedida por la Agencia Tributaria que acredite que se encuentra al corriente de las obligaciones tributarias y no tiene deudas de naturaleza tributaria.
  - Acreditación de encontrarse al corriente en el cumplimiento de las obligaciones con la Seguridad Social. A estos efectos se presentará una certificación positiva expedida por la Tesorería de la Seguridad Social que acredite que está al corriente de sus obligaciones con la Seguridad Social.
3. Impuesto sobre Actividades Económicas (IAE). El licitador propuesto como adjudicatario deberá presentar el documento de alta del impuesto relativo al ejercicio corriente en el epígrafe correspondiente al objeto del contrato, el último recibo del impuesto o en su caso, documento o declaración responsable que acredite que el licitador se encuentra en alguno de los supuestos legales de exención del impuesto.

Si no se cumplimenta de forma adecuada por parte de los licitadores seleccionados el requerimiento en el plazo señalado, se entenderá que el licitador ha retirado su oferta y se procederá a solicitar la documentación al licitador siguiente, atendiendo al orden de clasificación de las ofertas.

### **DECIMOCUARTA. - FORMALIZACIÓN DEL CONTRATO**

La adjudicación del contrato se formalizará mediante documento privado en un plazo no superior a 5 días una vez transcurridos 15 días hábiles desde que se envíe la notificación de la adjudicación a los licitadores y candidatos.

## **DECIMOQUINTA. - PAGO DEL PRECIO**

CCMA, S.A. efectuará los pagos por transferencia bancaria en la cuenta indicada por el adjudicatario, el día 30 de cada mes, una vez transcurridos 60 días desde la fecha de factura. Las facturas deberán llevar, como máximo, la fecha del último día del mes en el que se hayan prestado los servicios y deberán ser recibidas por parte de CCMA, S.A., antes del día 5 del mes siguiente a la fecha de la factura.

## **DECIMOSEXTA. - POLÍTICA DE PROTECCIÓN DE DATOS**

El adjudicatario y todo su personal quedarán sometidos a la normativa de protección de datos y en especial a la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal y el Reglamento que la desarrolla, aprobado por Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre. Para poder alcanzar el objeto del contrato, CCMA, S.A. pondrá a la disposición del adjudicatario ficheros de datos de su titularidad, y de forma específica, el adjudicatario del servicio se obligará a cumplir las siguientes condiciones:

- a) Utilizar los datos que forman parte de estos ficheros, o las que recoja para ser incluidas en los mismos, sólo para la finalidad objeto de este encargo.
- b) Tratar los datos de acuerdo con las instrucciones de CCMA, S.A..
- c) No comunicar los datos a terceras personas, ni siquiera para su conservación, a menos que cuente con la autorización expresa de la Dirección de CCMA, S.A., en los supuestos legalmente admisibles.
- d) No subcontratar ninguna de las prestaciones que forman parte del objeto principal de este contrato y que conllevan el tratamiento de datos personales, salvo servicios auxiliares necesarios para el normal funcionamiento de los servicios del encargado.

El subcontratista, que también tendrá la condición de encargado del tratamiento, estará obligado igualmente al cumplimiento de las obligaciones establecidas en este documento para el adjudicatario, y de las instrucciones que determine CCMA, S.A..

- e) No hacer copias de la información a la que tenga acceso, a menos que sea necesario para la adecuada ejecución del contrato.
- f) Mantener el deber de secreto respecto de los datos de carácter personal a los que pueda tener acceso en virtud del presente encargo, incluso después de finalizar su objeto.
- g) Cumplir las medidas de seguridad establecidas en los protocolos de seguridad que le determine CCMA, S.A. que corresponden al nivel básico, según lo establecido en el Reglamento de la Ley orgánica de protección de datos de carácter personal, aprobado por el Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre, de acuerdo con las especificaciones que en cada momento se le indiquen por parte de CCMA, S.A.
- h) Informar a las personas afectadas, de acuerdo con el artículo 5 de la LOPD, en las operaciones de recogida de datos, para integrarlas en los ficheros que CCMA, S.A. pone a su disposición.
- i) Adecuar su propio documento de seguridad a las necesidades y los riesgos derivados de este encargo.
- j) Asegurar el conocimiento adecuado y el cumplimiento de las obligaciones que corresponden a sus trabajadores afectados.

k) Implantar las medidas de seguridad que corresponden al nivel básico, según lo que establece el Reglamento de la Ley orgánica de protección de datos de carácter personal, aprobado por el Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre, de acuerdo con las especificaciones siguientes:

1. El adjudicatario deberá transportar la información que reciba por parte de CCMA, S.A. en algún sistema que garantice la seguridad.
  2. Los datos se tratarán en los locales del adjudicatario y no se podrán sacar datos de los sistemas de información de titularidad de CCMA, S.A. que en cada momento se designen.
  3. En el caso de que los datos tengan que incorporarse a dispositivos portátiles, o tengan que tratarse fuera de los sistemas informáticos que CCMA, S.A. facilitará al adjudicatario se requerirá autorización expresa de CCMA, S.A., la cual deberá constar en el documento de seguridad. En cualquier caso, es necesario garantizar el nivel de seguridad correspondiente.
  4. El adjudicatario deberá anotar las incidencias en el Registro de incidencias y deberá poner en conocimiento de CCMA, S.A., de forma inmediata, cualquier incidencia que se produzca durante la ejecución del contrato que pueda afectar la integridad o la confidencialidad de los datos de carácter personal tratados.
- l) Informar al personal afectado del incumplimiento de las obligaciones derivadas de las medidas de seguridad aplicables.
- m) Una vez finalizada la relación contractual, el adjudicatario deberá devolver al responsable del tratamiento los datos de carácter personal y, si procede, los soportes donde consten, una vez cumplida la prestación.

El retorno tiene que comportar el borrado total de los datos existentes en sus propios equipos informáticos del encargado utilizados en el caso de que para la adecuada ejecución del contrato haya tenido que hacer copias.

## **DECIMOSÉPTIMA. - CESIÓN DEL CONTRATO**

El contratista no podrá ceder, ni total ni parcialmente, su posición en el Contrato. Tampoco podrá subcontratar la ejecución total o parcial de las prestaciones objeto del Contrato, salvo que disponga de la autorización de CCMA, S.A.. Lo anterior se entenderá sin perjuicio de los acuerdos existentes con FORTA, de conformidad con lo establecido en el apartado 7 del Pliego de especificaciones técnicas.

Aunque se produzca la subcontratación consentida, será considerado únicamente y a todos los efectos como único contratista la empresa adjudicataria y responderá de la ejecución del contrato. En el caso de que la responsabilidad tuviera el origen en la prestación de los servicios subcontratados, será el adjudicatario el que responderá primero ante CCMA, S.A., sin perjuicio de la responsabilidad solidaria del subcontratista.

El incumplimiento de esta obligación conllevará la resolución del contrato o la aplicación de una penalización del 50% del importe del servicio subcontratado.

En el caso de que la cesión o subcontratación del Contrato se lleve a cabo con empresas de un mismo grupo de sociedades en los términos del artículo 42 del Código Comercio, no será necesaria la previa autorización de CCMA, S.A.. Será suficiente formular una comunicación informando de este hecho.

Sin perjuicio de lo anterior el adjudicatario podrá subcontratar parte o partes de los servicios a cualquiera de los subcontratistas nombrados en su oferta.

## **DECIMOCTAVA. - DOCUMENTACIÓN CON CARÁCTER CONTRACTUAL**

Este pliego de cláusulas administrativas y técnicas que rigen la presente concurrencia tiene carácter contractual.

La presentación de ofertas supone la aceptación incondicionada de las cláusulas de este pliego y la declaración responsable de que se reúnen todas y cada una de las condiciones exigidas para contratar con CCMA, S.A..

Las proposiciones presentadas por los licitadores serán vinculantes para los mismos hasta la adjudicación del contrato.

## **DECIMONOVENA.- RESOLUCIÓN**

### **1. Causas de extinción del Contrato**

El Contrato se extinguirá por cumplimiento de su plazo y, en su caso, de su prórroga establecida en la Cláusula cuarta del presente Pliego.

Asimismo, el Contrato podrá extinguirse anticipadamente a instancia de cualquiera de las partes por alguna de las causas siguientes:

- a) Las establecidas expresamente en el contrato.
- b) La muerte o incapacidad sobrevenida del contratista individual o la extinción de la personalidad jurídica de la sociedad contratista, o por cualquiera de estas circunstancias que afecten a una de las empresas que constituyan una unión temporal de empresarios.
- c) La declaración de concurso o la declaración de insolvencia del contratista.
- d) El mutuo acuerdo entre las partes.
- e) La falta de prestación por parte del adjudicatario de la garantía definitiva en el plazo regulado en el presente Pliego.
- f) La falta de formalización del Contrato en el plazo regulado en el Pliego por causa imputable al adjudicatario.
- g)...La ejecución de la garantía definitiva.
- h) El incumplimiento de las obligaciones esenciales del Contrato.  
A estos efectos, también se considerarán esenciales aquellas obligaciones asumidas, de conformidad con el contrato, con los trabajadores que hayan sido traspasados a la empresa adjudicataria.
- i) Por incurrir el contratista en causa de incompatibilidad para el ejercicio profesional.
- j) La falta de calidad suficiente en la ejecución de las actividades previstas que frusten el objetivo de este contrato.
- k) La imposibilidad de ejecutar la prestación del servicio en los términos inicialmente pactados y cuando no sea posible la modificación del contrato.
- l) La condena mediante sentencia firme por delito contra los derechos de los trabajadores.

- m) Cualquier otra prevista en la legislación aplicable. Especialmente serán de aplicación los artículos 223 i 308 del TRLCSP.
- n) La falta de acuerdo entre las partes cuando se produzca una variación significativa o un alteración sustancial de las descritas en el apartado 6 del Pliego de prescripciones técnicas que rige la contratación del presente servicio.

Asimismo, el Contrato se podrá resolver anticipadamente a instancia de CCMA,S.A. por la causa siguiente:

- a) Alcanzar en un año un grado de consecución del Objetivo Revisado establecido por la Comisión Mixta para cada año, según lo indicado en el Anexo I, inferior a un 95%.

## **2. Efectos de las causas de la extinción del Contrato**

Como norma general, la extinción del Contrato supondrá su liquidación, valorándose la prestación realmente efectuada y la remuneración que corresponderá al contratista.

En los supuestos indicados en las letras e), f), g), h), i), j) y l) del apartado anterior, en la liquidación del Contrato se tendrán en cuenta el derecho a los daños y perjuicios que se generen a favor de la parte a quien no sea imputable la extinción anticipada del Contrato.

La extinción del Contrato por cualquier causa supondrá la obligación del contratista de devolver a CCMA, S.A. los muestrarios, bases de datos actualizadas y demás elementos en su poder. Los gastos de devolución de la referida documentación serán, en todo caso, por cuenta del adjudicatario.

A la finalización del contrato, por cualquiera de las causas previstas en el apartado 1 anterior, el contratista deberá traspasar a CCMA, S.A. o a quien ésta designe, de forma eficiente y exhaustiva, la información y documentación necesaria para la correcta y ordenada continuidad de la actividad objeto del contrato. El incumplimiento de este requisito por parte del contratista dará derecho a CCMA, S.A. a ejecutar la garantía prevista en la Cláusula duodécima del presente Pliego de cláusulas administrativas particulares.

La extinción del Contrato por cualquier otra causa que no sea por el cumplimiento de su plazo y, en su caso, de su prórroga, supondrá la reincorporación del personal de CCMA, S.A. que, de acuerdo con lo que se estipula en el apartado 3.1.b) del Pliego de prescripciones técnicas, haya estado traspasado al adjudicatario. Si la extinción del contrato se produce por cumplimiento de su vigencia —o de su prórroga, en su caso—, y excepto que haya una nueva adjudicación con subrogación laboral, los trabajadores que hayan sido traspasados al adjudicatario podran reingresar a CCMA, S.A.

En todo aquello no regulado en el presente Pliego respecto de la extinción del Contrato, será de aplicación lo establecido en la Ley 12/1992, de 27 de mayo, del contrato de agencia, y en los artículos 225 y 309 del TRLCSP.

En el momento de la extinción del contrato por cumplimiento de su plazo y, en su caso, de su prórroga, se retribuirá —a los porcentajes establecidos de cumplimiento de objetivo revisado del año en curso- la comisión variable correspondiente a la diferencia entre los espacios publicitarios comercializados por el adjudicatario



pendientes de emisión y los espacios publicitarios contratados por CCMA, S.A. antes de la fecha de inicio del servicio emitidos a partir de la fecha de entrada en vigor del régimen económico del Contrato.

CCMA, S.A. no estará obligada a indemnizar por ningún concepto, en el caso en que la resolución del contrato sea imputable al adjudicatario.

#### **VIGÉSIMA. - RÉGIMEN DE RECURSOS**

Para este contrato y para los actos previstos en el TRLCSP procederá el recurso especial en materia de contratación en los términos previstos en el artículo 40 y siguientes de esta norma.

Del mismo modo, contra aquellos actos viciados de nulidad contenidos en el artículo 37 del TRLCSP, procederá el recurso de nulidad en los términos señalados en el citado artículo y concordantes.

#### **VIGÉSIMA PRIMERA. - CONTROVERSIAS EN LA EJECUCIÓN DEL CONTRATO. FUEROS**

Cualquier controversia que surja entre las partes en relación con el cumplimiento, ejecución o interpretación del Contrato será solucionada, en primer lugar, en el seno de la Comisión Mixta, la cual podrá solicitar los informes que considere convenientes para la mejor resolución de la controversia.

Una vez adoptada la decisión sobre la controversia por parte de la Comisión Mixta, en caso de que una parte no acepte esta solución, podrá plantear la controversia ante el orden jurisdiccional civil.

Para resolver las cuestiones litigiosas surgidas de la interpretación, modificación, resolución y efectos de esta contratación, las partes se someten expresamente, con renuncia expresa de sus propios fueros caso de tenerlos, a la jurisdicción de los Juzgados y Tribunales de la ciudad de Barcelona.

Bracelona, noviembre de 2013

**PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS QUE RIGE LA CONTRATACIÓN DEL  
SERVICIO DE COMERCIALIZACIÓN, PROMOCIÓN E INTERMEDIACIÓN EN LA VENTA DE  
ESPACIOS PUBLICITARIOS DE TELEVISIÓN DE CORPORACIÓ CATALANA DE MITJANS  
AUDIOVISUALS, S.A.**

**- EXPEDIENTE N ° 1311OB05 -**

**1. - DEFINICIONES**

A los efectos del Pliego, los siguientes términos tendrán que ser interpretados según la definición expuesta en la presente cláusula:

**a) Agencia de Medios o Central de Medios:**

Se entiende por agencia de medios o centrales de medios aquella entidad especializada en la gestión del plan de medios de una agencia de publicidad. La gestión del plan de medios comprende, con el objetivo de su optimización, las negociaciones con los medios, así como la compra y seguimiento de las campañas publicitarias.

**b) Agencia de Publicidad:**

Se entiende por agencia de publicidad aquella entidad de prestación de servicios que tiene por actividad el diseño artístico del mensaje publicitario, la producción de los anuncios, elaboración de la correspondiente campaña y la determinación del plan de medios.

**c) Infoadex:**

Infoadex ([www.infoadex.com](http://www.infoadex.com)) es una entidad que proporciona información trimestral, semestral y anual relativa a las inversiones publicitarias, inserciones, ocupación y creatividad en todos los medios de comunicación, incluidas las televisiones.

**d) Ingresos externalizados:**

Se consideran ingresos externalizados los ingresos netos de rappels y descuentos gestionados por el adjudicatario (excluida la gestión de los ingresos provenientes de los contratos de la Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicos(FORTA).

**e) Ingresos publicitarios de Medios Digitales:**

Se consideran ingresos publicitarios provenientes de Medios Digitales, todos los ingresos netos de rappels y descuentos provenientes de contratos de publicidad emitida a través de las plataformas digitales de CCMA, S.A. asociadas al medio televisión.

**f) Kantar Media:**

Kantar Media ([www.kantarmedia.es](http://www.kantarmedia.es)) es una entidad que mide las audiencias de televisión dentro del estado español.

**g) Mercado Publicitario de Televisión:**

Se entiende por mercado publicitario de televisión la suma de todas las inversiones publicitarias realizadas en televisión trimestralmente y anualmente y referidas al conjunto del estado español.

**h) Objetivo Estimado:**

Es el objetivo que se determina al inicio de cada uno de los años de vigencia del contrato (y, en su caso, de sus prórrogas) teniendo en cuenta la ratio de eficacia comercial y las previsiones de mercado y de audiencia.

En el caso en el que la formalización del contrato fuera posterior al 1 de enero de 2014, se establecerá el primer objetivo estimado para el período comprendido desde el inicio del trimestre natural inmediatamente posterior a la fecha de formalización del contrato hasta el 31 de diciembre de 2014.

**i) Objetivo Revisado:**

Es el objetivo que se determina recalculando el Objetivo Estimado con datos reales publicados por Infoadex y Kantar Media, una vez finalizado el año correspondiente.

El Objetivo Revisado constituirá el parámetro para determinar el grado de consecución por el Contratista de los objetivos fijados por la Comisión Mixta (Objetivo Estimado). Este grado de consecución de los objetivos constituye uno de los parámetros para determinar la retribución variable del contratista respecto de la actividad publicitaria en televisión.

**j) Operador de Televisión:**

Se entiende por operador de televisión cada una de las empresas que compiten dentro del Mercado Publicitario de Televisión con uno o más canales, con independencia del ámbito geográfico de sus emisiones.

**k) Operador de Televisión relevante:**

Son aquellos que dispongan de una Cuota de Audiencia en el conjunto del estado español del 4% o superior.

**l) Cuota de Audiencia o share de audiencia:**

Se entiende por cuota de audiencia o share un porcentaje sobre el total de consumidores de televisión en un período determinado y en una zona geográfica determinada.

En el caso de que en el Pliego no se indique de manera expresa de otra manera, la "Cuota de Audiencia" o "share de audiencia" se refiere a la cuota del conjunto del estado español.

**m) Cuota de Audiencia total de televisión de CCMA, S.A.:**

Es la Cuota de Audiencia sumada de todos los canales de televisión de CCMA, S.A..

En caso de que en el Pliego no se indique de forma expresa de otra manera, la "Cuota de Audiencia total de CCMA, S.A." se refiere a la Cuota de Audiencia obtenida en el conjunto del estado español.

**n) Cuota del Mercado Publicitario:**

Se entiende por cuota del mercado publicitario un porcentaje sobre el Mercado Publicitario de Televisión.

En caso de que en el Pliego no se indique de manera expresa de otra manera, la referencia a "Cuota del Mercado Publicitario" se entenderá realizada en la Cuota del Mercado Publicitario del conjunto del estado español.

**o) Rappel, prima, sobreprima o extraprima:**

Se entiende por rappel, prima, sobreprima o extraprima un porcentaje de la inversión realizada que los medios publicitarios negocian con las Agencias de Publicidad, Agencias de Medios o Centrales de Medios en función del volumen de inversión, o de una cuota de inversión dentro del Mercado Publicitario de Televisión.

**p) Ratio de Eficacia Comercial:**

Es el cociente entre la Cuota de Mercado Publicitario sobre la Cuota de Audiencia. Se mide en términos estatales, dado que el Mercado Publicitario considerado es el del conjunto del estado español. La Ratio de Eficacia Comercial permanecerá fija durante todo el tiempo de vigencia del contrato (y, en su caso, de su prórroga), salvo en el caso que la Comisión Mixta decida cambiarla, de acuerdo con los procedimientos establecidos en el presente Pliego de prescripciones técnicas.

**q) Tarifas, descuentos y precios:**

Los medios de comunicación establecen unas tarifas en función de la audiencia que estiman obtener. En televisión, estas tarifas se establecen por franjas horarias que tienen audiencia homogénea. Pueden llegar a ser audiencias por programa en el caso de eventos o retransmisiones extraordinarias.

A estas tarifas se aplican descuentos según lo negociado entre la Agencia de Medios, el anunciante y el medio. Los descuentos van en función del volumen de inversión y aspectos cualitativos de la campaña.

En las campañas de televisión, las tarifas acostumbran a estar en un segundo plano toda vez que se compra audiencia directamente (grp's). Las campañas

se pagan en función de los resultados de audiencia y se negocia el precio también según el volumen de inversiones y aspectos cualitativos.

**NOTA:** A los efectos de determinación del grado de consecución de objetivos, los porcentajes se considerarán con un solo decimal que se incrementará en una unidad si el dígito resultante de las centésimas es superior o igual a cinco, salvo el cálculo de la Ratio de Eficacia Comercial que se presentará con dos decimales y en el que se incrementará el segundo decimal en una unidad si el dígito resultante de las milésimas es superior o igual a cinco.

## **2. - OBJETO DEL CONTRATO**

El Contrato es un contrato de servicios de agencia que tiene por objeto la realización por parte del adjudicatario de forma directa, continuada, estable, y por cuenta ajena de la actividad de comercialización y promoción para la venta de espacios publicitarios de televisión de CCMA, S.A. y de las webs asociadas; desde el análisis de mercado, la venta al cliente y la planificación hasta la confección de la factura proforma..

En concreto, el objeto del presente Contrato incluye los espacios publicitarios de:

- a) Canal TV3.
- b) Canal 33 / Canal Súper 3.
- c) Canal 3/24.
- d) Canal Esport3.
- e) Canal TV3 HD.
- f) Páginas web asociadas a los anteriores canales.
- g) Dispositivos móviles relacionados con los anteriores canales.
- h) Eventuales nuevos canales o plataformas que CCMA, S.A. establezca durante la duración del Contrato.

La actividad del adjudicatario se realizará ante los actuales clientes de CCMA, S.A. así como ante sus posibles futuros clientes de CCMA, S.A.. En este sentido es función primordial del adjudicatario, en todo caso, la captación y aportación del mayor número posible de clientes a CCMA, S.A., así como el incremento cuantitativo y cualitativo del volumen de operaciones de los clientes actuales de CCMA, S.A.

Forma parte asimismo del objeto del Contrato la mediación entre CCMA, S.A. y las Agencias de Medios y Centrales de Medios, así como gestionar y planificar la publicidad contratada procedente de la comercialización conjunta de espacios publicitarios por la FORTA, sin perjuicio de que CCMA, S.A. mantendrá las facultades relativas a la renegociación de los acuerdos con FORTA así como a su continuación o resolución.

No constituye objeto del presente Contrato la publicidad por medios radiofónicos de la CCMA y las webs asociadas a estos medios.

La actividad objeto del Contrato se llevará a cabo de forma coordinada en los centros de trabajo que el adjudicatario dispondrá en las ciudades de Barcelona y Madrid, donde se integrarán los trabajadores de CCMA, S.A. que actualmente están destinados a la actividad publicitaria de CCMA, S.A. y que hayan sido traspasados a la empresa adjudicataria de conformidad con el procedimiento que legalmente

corresponda.

## **2.1. Exclusiones del objeto del Contrato**

Quedan excluidos todos los espacios publicitarios que no forman parte del cómputo publicitario según el Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Asimismo quedan expresamente excluidos del objeto del presente Contrato:

(a) El espacio publicitario disponible para la emisión de publicidad de la propia CCMA, S.A.

(b) El espacio publicitario que corresponda a partidos políticos, federaciones, coaliciones y agrupaciones que concurren a las elecciones, según lo dispuesto en la normativa electoral.

(c) El espacio publicitario asociado a la contratación de derechos de emisión de eventos de cualquier naturaleza (deportivos, etc.).

(d) La publicidad estática que aparezca en la transmisión o grabación de eventos deportivos, o cualquier otra cuya organización sea desarrollada por CCMA, S.A.

(e) La publicidad asociada a intercambios con otras entidades tanto de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, como externas.

(f) La publicidad destinada a ayudas a la producción de contenidos y a la organización de eventos.

(g) Campañas de difusión gratuita dentro del ámbito institucional y de la solidaridad.

(h) Queda excluido el desarrollo de nuevo negocio digital derivado de alianzas B2B que CCMA, S.A. firme con terceros con la finalidad de:

Distribuir los contenidos a través de nuevos medios digitales o canales propiedad de terceros, con modelos de negocio determinados, de los que se deriven nuevas vías de ingreso para CCMA, S.A.

Ofrecer en los medios digitales espacios de promoción o venta de productos y servicios de empresas del sector digital, que generen nuevas vías de ingresos, mediante la compartición de ingresos de todas aquellas ventas que se produzcan a partir del tráfico generado en los medios de CCMA, S.A.

Desarrollar aplicaciones de software con el fin de adaptar los servicios de consumo de vídeo y audio a la carta, i así permitir el consumo de estos a través de los nuevos dispositivos que van surgiendo en los Medios Digitales (Smartphones, Tablets, ConnectedTV, etc.).

## **2.2. Tiempo disponible para la publicidad**

El tiempo de transmisión dedicado a la emisión de publicidad será el que se haya establecido en cada momento por la normativa legal vigente en materia publicitaria y de comunicación audiovisual y de acuerdo con la Norma de publicidad del Consejo de

la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals.

En el caso de que el minutaje disponible para la publicidad varíe debido a una modificación legislativa y/o de la Norma de publicidad del Consejo de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, será de aplicación lo dispuesto en el apartado 6 del presente Pliego de prescripciones técnicas.

### **3. - OBLIGACIONES DE LAS PARTES**

#### **3.1. Obligaciones del adjudicatario del Contrato**

El adjudicatario del Contrato asume las siguientes obligaciones:

- a) La prestación de los servicios objeto del contrato a su riesgo y ventura.
- b) El adjudicatario se subrogará, hasta un máximo de 34, en los contratos de aquellos trabajadores que en el momento de la adjudicación estén destinados a la actividad publicitaria objeto de la presente licitación y sean traspasados a la empresa adjudicataria conforme al procedimiento que legalmente corresponda, respetando, de conformidad con la normativa laboral que sea de aplicación, todos los derechos y obligaciones que disfruten en la fecha de adjudicación. La Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals pondrá a disposición de los licitadores la información de las condiciones de trabajo de las personas asignadas a esta actividad con expresión del centro al que están adscritos.
- c) Disponer del personal necesario para la completa prestación del servicio y de la capacidad suficiente para cumplir con las obligaciones asumidas en virtud del Contrato.
- d) Designar un representante que tenga conocimientos técnicos propios de la actividad publicitaria y que disponga de poder suficiente para adoptar las decisiones necesarias en cada momento. Este representante formará parte de la Comisión Mixta regulada en el apartado 5 del presente Pliego de prescripciones técnicas en representación del adjudicatario.
- e) Disponer, en las áreas urbanas de Barcelona y Madrid, de los locales e instalaciones adecuadas y necesarias para la ubicación del personal destinado a estos centros y el correcto cumplimiento de las obligaciones asumidas en virtud del Contrato. Los licitadores que en el momento de presentar sus propuestas no dispongan de dichas instalaciones en las áreas urbanas de Barcelona y Madrid, deberán incluir en el sobre A de documentación administrativa de la oferta una declaración responsable conforme dispondrán en el plazo máximo de 45 días naturales de las instalaciones adecuadas para llevar a cabo la prestación del servicio.
- f) Cumplir con la normativa de protección de datos.
- g) Desarrollar su encargo con todo el cuidado y lealtad, actuando siempre de buena fe y en defensa de los intereses que le confía CCMA, S.A., y desarrollando sus actividades dentro de las normas e instrucciones técnicas que reciba de CCMA, S.A., siempre que éstas no afecten a su

independencia.

- h) Cumplir con los requisitos legales para el ejercicio de la profesión.
- i) Ocuparse con la diligencia de un ordenado comerciante de la promoción y de la conclusión de las operaciones que se le hubieran encomendado.
- j) Comunicar a CCMA, S.A. toda la información de que disponga, cuando sea necesaria para la buena gestión de los actos u operaciones cuya promoción y conclusión se le hubiera encomendado.
- k) Recibir en nombre de CCMA, S.A. cualquier clase de reclamaciones de terceros sobre defectos o vicios de los productos comercializados y de los servicios prestados, como consecuencia de las operaciones promovidas.
- l) Llevar a cabo una contabilidad independiente de los actos u operaciones relativos a CCMA, S.A.
- m) El personal que tenga que tratar con el mercado publicitario de Cataluña debe conocer perfectamente el idioma catalán, hablado y escrito.
- n) Hacerse cargo de los gastos derivados de la contratación de los servicios de Infoadex y Kantar Media, así como de cualquier otro servicio de información especializada, necesarios para proporcionar los datos requeridos para llevar a cabo la correcta ejecución del Contrato.

### **3.2. Obligaciones de CCMA, S.A.**

CCMA, S.A. asume las siguientes obligaciones:

- a) Satisfacer al adjudicatario la remuneración pactada en el Contrato.
- b) Remitir al adjudicatario, con la mayor antelación posible, la escaleta de la programación de los canales de CCMA, S.A..
- c) Autorizar i remitir al adjudicatario las tarifas, descuentos y precios así como el resto de información que pueda necesitar el adjudicatario para el cumplimiento de sus obligaciones.
- d) Acordar la adaptación de la retribución del adjudicatario en el supuesto en el que varíen los parámetros que configuran su cálculo, en los términos previstos en el apartado 6 del presente Pliego de prescripciones técnicas.
- e) Convocar la Comisión Mixta regulada en el apartado 5 del presente Pliego de prescripciones técnicas siempre que lo soliciten los representantes del adjudicatario.
- f) Pactar con los trabajadores que hayan sido traspasados al adjudicatario que una vez finalizada la adjudicación del servicio objeto de licitación, y salvo nueva adjudicación con subrogación laboral, podrán reingresar en CCMA,S.A.



- g) Otorgar al adjudicatario un derecho de exclusiva en la realización de las prestaciones objeto del Contrato, sin que CCMA, S.A. pueda celebrar contratos con el mismo objeto durante la vigencia del Contrato. Esta obligación se entenderá sin perjuicio de los acuerdos existentes con FORTA, de conformidad con lo establecido en el apartado 7 del presente Pliego de prescripciones técnicas.
- h) Actuar lealmente y de buena fe con sus relaciones con el adjudicatario del contrato.
- i) Poner a disposición del contratista, con antelación suficiente, según su disponibilidad, los documentos necesarios para el ejercicio de la actividad profesional.
- j) Procurar al contratista todas las informaciones necesarias para la ejecución del Contrato y, en particular, advertirle desde que tenga noticia, cuando prevea que el volumen de actos u operaciones será sensiblemente inferior al que el contratista hubiera podido esperar.
- k) Aprobar los formatos publicitarios que por duración, forma y contenido resulten diferentes de los que se han venido emitiendo en los medios de CCMA,S.A. y en general todos aquellos que puedan ser considerados como publicidad no convencional.

### **3.3. Obligacions referents a la subrogació dels contractes del personal de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals i de CCMA, S.A. que seran traspasats a l'adjudicatari**

El adjudicatario se subrogará, hasta un máximo de 34, en los contratos de aquellos trabajadores que en el momento de la adjudicación estén destinados a la actividad publicitaria objeto de la presente licitación y sean traspasados a la empresa adjudicataria conforme al procedimiento que legalmente corresponda, respetando, de conformidad con la normativa laboral que sea de aplicación, todos los derechos y obligaciones que disfruten en la fecha de adjudicación. La Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals pondrá a disposición de los licitadores la información de las condiciones de trabajo de las personas asignadas a esta actividad con expresión del centro al que están adscritos.

Se considerarán esenciales las obligaciones asumidas con los trabajadores que hayan sido traspasados a la empresa adjudicataria y, por tanto, su incumplimiento será causa d'extinció del Contrato.

La extinció del Contrato por cualquier otra causa que no sea por el cumplimiento de su plazo y, en su caso, de su prórroga, supondrá la reincorporación del personal de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals y CCMA, S.A, que, de acuerdo con lo que se estipula en el apartado, 3.1.b) del Pliego de prescripciones técnicas, haya sido traspasado al adjudicatario.

Si la extinció del contrato se produce por el cumplimiento de su plazo—o de su prórroga, en su caso—, y salvo que haya una nueva adjudicación con subrogación laboral, los trabajadores que hayan sido traspasados al adjudicatario podrán reingresar a CCMA, S.A.

Los trabajadores de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals y CCMA, S.A. que actualmente están destinados a la actividad publicitaria de CCMA, S.A que hayan sido traspasados a la empresa adjudicataria de conformidad con el procedimiento que legalmente corresponda, se integrarán en los centros de trabajo que el adjudicatario dispondrá en las ciudades de Barcelona y Madrid.

Cualquier medida que afecte al mantenimiento de la ocupación y el resto de condiciones laborales de los trabajadores que hayan sido traspasados al adjudicatario deberá ser previamente autorizado por la Comisión Mixta paritaria constituida para el seguimiento de la ejecución de este Contrato, y en la que su presidente, que será uno de los representantes de CCMA, S.A., tendrá voto de calidad en caso de empate.

#### **4. - RÉGIMEN ECONÓMICO DEL CONTRATO. LA RETRIBUCIÓN DEL CONTRATISTA POR LOS INGRESOS DE LA ACTIVIDAD PUBLICITARIA EN TELEVISIÓN Y MEDIOS DIGITALES**

La retribución del contratista por la prestación del servicio consistirá en (a) una retribución fija, (b) una retribución variable fija y (c) una retribución variable.

**a) La retribución fija** del contratista consistirá en una cantidad fija anual de 900.000 € para cubrir una parte de los costes del personal soportados por el contratista en el desarrollo del Contrato. Este importe se determina a partir de la previsión de subrogación del máximo de 34 trabajadores indicado en el apartado 3.1.b) del Pliego de prescripciones técnicas que rige la presente contratación. En el supuesto que el número total de trabajadores subrogados sea inferior a 34, esta retribución fija se determinará de forma proporcional al número total de trabajadores que finalmente se subroguen al adjudicatario.

**b) La retribución variable fija** del contratista, en concepto de gestión y planificación de la publicidad contratada procedente de la comercialización conjunta de espacios publicitarios por la FORTA, consistirá en el 1,5% de las ventas provenientes de esta contratación. Esta retribución será devengada de forma mensual.

**c) La retribución variable** del contratista consistirá en una comisión expresada en un porcentaje que se aplicará sobre los ingresos totales derivados del desarrollo de la actividad publicitaria en televisión objeto del Contrato excluidos los correspondientes a los contratos firmados con la FORTA y los correspondientes a los contratos publicitarios destinados a medios digitales, cuyas retribuciones se calcularán de acuerdo con lo establecido en el apartado b) anterior y el sub-apartado e) del presente apartado, respectivamente.

La retribución variable se devengará de forma anual, una vez revisado el cumplimiento de los objetivos.

La retribución variable sobre la publicidad en medios digitales del contratista consistirá en una comisión expresada en un porcentaje que se aplicará sobre los ingresos de cada tramo derivados del desarrollo de la actividad publicitaria en los medios audiovisuales objeto del Contrato.

Los porcentajes concretos de la comisión a aplicar sobre los ingresos totales de la actividad publicitaria en televisión y en medios digitales a efectos de cuantificar la retribución variable del contratista se determinarán teniendo en cuenta lo siguiente:

- a) La Comisión Mixta prevista en el apartado 5 del presente Pliego de especificaciones técnicas establecerá, año a año, unos objetivos a alcanzar por el contratista. Estos objetivos se establecerán con carácter estimativo el mes anterior al comienzo del año de que se trate (Objetivo Estimado) y con carácter definitivo o revisado una vez finalizado el año correspondiente (Objetivo Revisado). En el Anexo I se determinan los criterios de fijación de dichos objetivos.
- b) Se distinguirán los siguientes intervalos de consecución del Objetivo Revisado determinado por la Comisión Mixta, de acuerdo con lo establecido en el Anexo I:

<b>Grado de consecución del Objetivo Revisado</b>
Inferior al 94%
A partir del 94% hasta el 97%
Superior al 97% hasta el 100%
Superior al 100% hasta el 103%
Superior al 103% hasta el 106%
Superior al 106% hasta el 109%
Superior al 109% hasta el 112%
Superior al 112% hasta el 115%
Superior al 115% hasta el 118%
Superior al 118%

- c) La oferta económica del adjudicatario en el procedimiento de adjudicación, tal como se regula en las Cláusulas octava y décima del Pliego de condiciones administrativas particulares, incluirá el porcentaje que en concepto de comisión para la determinación de su retribución variable pretende aplicar el contratista sobre los ingresos totales derivados del desarrollo de la actividad en televisión objeto del Contrato.

La propuesta de comisión para determinar la retribución variable del contratista se formulará por intervalos, teniendo en cuenta los intervalos de consecución del Objetivo Revisado señalados en la letra (b) anterior,

de acuerdo con la siguiente tabla:

<b>Grado consecución del Objetivo Revisado</b>	<b>Porcentaje de comisión sobre los ingresos en televisión propuesto por el adjudicatario</b>
Inferior al 94%	0% fijo
A partir del 94% hasta el 97%	1% fijo
Superior al 97% hasta el 100%	2% fijo
Superior al 100% hasta el 103%	Entre el 3% y el 4%
Superior al 103% hasta el 106%	Entre el 3,5% y el 4,5%
Superior al 106% hasta el 109%	Entre el 4% y el 5%
Superior al 109% hasta el 112%	Entre el 4,5% y el 5,5%
Superior al 112% hasta el 115%	Entre el 5% y el 6%
Superior al 115% hasta el 118%	Entre el 5,5% y el 6,5%
Superior al 118%	Entre el 6% y el 7%

Los porcentajes de comisión sobre los ingresos en televisión propuestos por el adjudicatario para cada uno de los intervalos de grado de consecución del Objetivo Revisado ha de ser igual o superior al del porcentaje propuesto para el intervalo de grado de consecución inferior

En definitiva, de acuerdo con lo establecido en la Cláusula octava del Pliego de condiciones administrativas, los licitadores presentarán una oferta económica que consistirá en el concreto porcentaje de comisión dentro de los intervalos que resultan de la tabla, correspondientes a los intervalos que indican el grado de consecución del Objetivo Revisado fijado por la Comisión Mixta prevista en el apartado 5 del presente Pliego de prescripciones técnicas.

- d) La retribución variable resultará de la aplicación a los ingresos totales derivados del desarrollo de la actividad publicitaria en televisión objeto del Contrato del porcentaje contenido en la oferta del adjudicatario correspondiente al grado concreto de consecución del Objetivo Revisado fijado para el año del que se trate por la Comisión Mixta prevista en el apartado 5 del presente Pliego de prescripciones técnicas.
- e) La retribución variable sobre la publicidad en medios digitales resultará de la suma de las comisiones por tramo resultado de la aplicación a los

ingresos de cada tramo el porcentaje del tramo correspondiente según la siguiente tabla, teniendo en cuenta que los ingresos del 2012 por este concepto han sido de unos 1.200 miles de euros:

<b>3 primeros años de contrato</b>	
<b>Tramo de ingresos en medios digitales</b>	<b>% de comisión sobre los ingresos en medios digitales propuesto por el adjudicatario</b>
Entre 0 € i 1.500.000 € (*)	5% fijo
Entre 1.500.000 € hasta 3.000.000 €	10% fijo
A partir de 3.000.000 €	15% fijo

(\*): Siempre que los ingresos sean superiores a 1.000.000 €

<b>3 años de prórroga del contrato</b>	
<b>Tramo de ingresos en medios digitales</b>	<b>% de comisión sobre los ingresos en medios digitales propuesto por el adjudicatario</b>
Entre 0 € i 2.000.000 € (*)	5% fijo
Entre 2.000.000 € hasta 3.000.000 €	7,5% fijo
Entre 3.000.000 € hasta 4.000.000 €	10% fijo
Entre 4.000.000 € hasta 5.000.000 €	12,5% fijo
A partir de 5.000.000 €	15% fijo

(\*): Siempre que los ingresos sean superiores a 1.500.000 €

Estos porcentajes de comisión en concepto de retribución variable por los ingresos de la publicidad en medios digitales no son puntuables a efectos de valoración de la oferta económica, toda vez que el licitador no debe hacer ninguna propuesta ya que éstos quedan establecidos como se indica en la tabla.

## **PERÍODO TRANSITORIO**

El servicio se iniciará en la fecha de formalización del contrato. Aún así, el régimen económico del contrato entrará en vigor a partir del primer día del trimestre natural inmediatamente posterior a la fecha de su formalización.

Durante el período comprendido entre la fecha de formalización del contrato y la de entrada en vigor del régimen económico se irá traspasando la actividad de forma gradual hasta la plena adaptación del servicio y se aplicará un régimen económico adecuado a esta circunstancia en que la remuneración al contratista consistirá únicamente en el importe necesario para cubrir los costes del personal destinado a la ejecución del contrato.

## **5. - COMISIÓN MIXTA**

CCMA, S.A. y el contratista constituirán una Comisión Mixta para el seguimiento de la ejecución del Contrato.

La Comisión Mixta estará formada por cuatro miembros. Dos miembros serán designados por CCMA, S.A. y dos miembros por el contratista. Entre los miembros designados por el contratista se encontrará el representante indicado en el apartado 3.1., Letra d) del presente Pliego.

La Presidencia de la Comisión Mixta será ocupada por uno de los representantes de CCMA, S.A. y tendrá voto de calidad en caso de empate.

El funcionamiento de la Comisión Mixta se establecerá por sus propios miembros en la primera sesión, de forma que se garantice, por lo menos, una reunión mensual de la Comisión.

La Comisión Mixta tendrá las siguientes competencias:

### **Fijación de objetivos**

- a. Fijación de la Ratio de Eficacia Comercial que ha de regir durante toda la vigencia del contrato.
- b. Fijación de los objetivos anuales del Contrato (Objetivo Estimado) de la actividad de publicidad en televisión de conformidad con los parámetros establecidos en el Anexo I.
- c. Determinación del cálculo definitivo de los objetivos (Objetivo Revisado) de la actividad de publicidad en televisión a los efectos de la retribución de conformidad con los parámetros establecidos en el Anexo I.

- d. Adaptación de los objetivos en los supuestos previstos en el apartado 6 siguiente.

#### **Establecimiento de políticas comerciales**

- e. Proponer a CCMA, S.A. modificaciones en la Norma de publicidad del Consejo de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, y en las condiciones de contratación del Departamento Comercial de televisión de CCMA, S.A..
- f. Tomar decisiones operativas respecto al modelo y sistema de comercialización, en especial a lo referido a formatos, espacios y cortes publicitarios objeto de explotación, preservando el modelo actual de CCMA, S.A..
- g. Proponer a CCMA, S.A. las tarifas, descuentos y precios de comercialización de los espacios publicitarios. Proponer a CCMA, S.A. los rappels o descuentos a obtener a partir de un determinado volumen de facturación, que serán comunicados a los clientes correspondientes por parte del contratista.
- h. Informar de forma preceptiva en caso de modificación de la Norma de publicidad del Consejo de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals así como en la determinación de las condiciones de contratación del Departamento Comercial de televisión de CCMA, S.A.
- i. Solucionar las controversias sobre la interpretación del Contrato.

#### **Recursos humanos: políticas**

- j. Autorizar cualquier medida que afecte al mantenimiento de la ocupación y al resto de condiciones laborales de los trabajadores que hayan sido traspasados al adjudicatario.

#### **Variables contractuales**

- k. Proponer al órgano de contratación la prórroga del Contrato. Este acuerdo será adoptado tres meses antes de la finalización del plazo del Contrato.
- l. Proponer, en su caso, al órgano de contratación la adaptación de los objetivos de acuerdo a lo que dispone el apartado 6 del presente Pliego de especificaciones técnicas.
- m. Definición y proposición de adaptación de objetivos sobre los ingresos de publicidad en medios digitales en caso de variaciones sustanciales/tecnológicas del mercado publicitario on-line.

### **6.- ADAPTACIÓN DE LOS OBJETIVOS A NUEVAS CIRCUNSTANCIAS**

El contratista y CCMA, S.A. tendrán, según corresponda, derecho a una adaptación de los objetivos en los siguientes casos:

- a) Variaciones significativas en la Cuota de Audiencia de CCMA, S.A.

a.1. A estos efectos, se considerarán variaciones significativas en la Cuota de Audiencia la alteración de un 10% según datos de Kantar Media, que se produzca durante la ejecución del Contrato, tomando como referencia los datos del primer año del Contrato.

a.2. Por variaciones en los procedimientos i/o métodos de medición de las audiencias dentro del estado español efectuadas por Kantar Media.

- b) Alteración sustancial de las condiciones del Mercado Publicitario de Televisión.

A estos efectos, se considerarán alteraciones sustanciales en las condiciones de Mercado Publicitario de Televisión una variación del 20% según datos de Infoadex, que se produzca durante la ejecución del Contrato, tomando como referencia los datos del primer año del Contrato.

- c) Desaparición de canales de CCMA, S.A. que se encuentran en el objeto del presente Contrato, siempre que afecte a un 10% de la Cuota de Audiencia total de CCMA, S.A.
- d) Incorporación de nuevos canales de CCMA, S.A. en el objeto del Contrato, siempre que afecte a un 10% de la Cuota de Audiencia total.
- e) Variación de los tiempos disponibles para publicidad indicados en el apartado 2.2 del presente Pliego de prescripciones técnicas.
- f) Aparición o desaparición de Operadores de Televisión relevantes que participen en el Mercado Publicitario de Televisión o variaciones significativas en la actual configuración del mercado publicitario de las televisiones de ámbito autonómico.

A estos efectos, se considerarán Operadores de Televisión relevantes aquellos que dispongan de una Cuota de Audiencia estatal del 4% o superior.

En todo caso, se considerará que concurre el presente supuesto en el caso en el que Televisión Española retornara al Mercado Publicitario de Televisión.

- g) Variaciones significativas del mercado publicitario de los medios digitales.

Las alteraciones de la Cuota de Audiencia y de las condiciones del Mercado Publicitario de Televisión se calcularán sobre la base de los datos del primer año del Contrato.

En el caso de que se produzca alguna de las circunstancias indicadas en el apartado anterior, la Comisión Mixta podrá presentar una propuesta de modificación de los objetivos. Las partes renegociarán de buena fe la redefinición de los objetivos, atendiendo a lo indicado en el Anexo I, teniendo en consideración estos hechos. .

Esta renegociación, cuando proceda, será sin perjuicio de la posibilidad de que las partes resuelvan el Contrato en virtud de lo dispuesto en la Cláusula decimonovena



del Pliego de cláusulas administrativas particulares.

## **7. - ACUERDOS CON FORTA SOBRE COMERCIALIZACIÓN DE ESPACIOS PUBLICITARIOS**

Forma parte del objeto del Contrato la gestión y planificación de la publicidad contratada procedente de la comercialización conjunta de espacios publicitarios por la FORTA, sin perjuicio que CCMA, S.A. mantendrá las facultades relativas a la renegociación de los acuerdos con FORTA así como a su continuación o resolución.

La interlocución con FORTA, en el ámbito del Contrato, la llevará a cabo la persona que designe el presidente de la Comisión Mixta.

## **8. - CONTRATOS SUSCRITOS POR EL CONTRATISTA**

Los contratos de difusión publicitaria promovidos por el contratista en nombre y representación de CCMA, S.A. estarán sujetos a la Norma de publicidad del Consejo de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, a las condiciones de contratación del Departamento Comercial de televisión de CCMA, S.A., y a las tarifas, descuentos y precios aprobados a tal efecto.

Toda la publicidad a emitir en los espacios contratados por la mediación del contratista se someterá a las normas reguladoras de emisiones publicitarias de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals vigentes o que se puedan dictar durante la vigencia del Contrato, así como la legislación en materia de publicidad, o cualquier otra que resulte de aplicación.

El contratista sólo podrá promover y concluir ventas con clientes cuando concuerde en estas operaciones la circunstancia de que el precio ofertado se corresponda con el que figure en las condiciones de contratación de publicidad de CCMA, S.A. y las tarifas, descuentos y precios que tenga aprobadas en cada momento la Comisión Mixta.

El contratista deberá exigir la prestación de avales de conformidad con las condiciones de contratación de publicidad de CCMA, S.A.

El contratista trabajará sobre los sistemas informáticos de CCMA, S.A. para desarrollar su actividad en la ejecución del Contrato.

## **9. - INDEPENDENCIA DEL CONTRATISTA**

El contratista organizará su actividad profesional de mediación y promoción así como el tiempo que le dedique conforme a sus propias pautas, normas y criterios, de conformidad con el artículo 2 de la Ley 12/1992, de 27 de mayo, del contrato de agencia.

Esta independencia y autonomía lo serán sin perjuicio de desarrollar esta actividad de conformidad con las instrucciones generales de CCMA, S.A.

## **10. - SISTEMAS INFORMÁTICOS**

CCMA, S.A. pondrá a disposición del contratista los sistemas informáticos de los que dispone para el desarrollo de la actividad publicitaria objeto del Contrato.

El contratista empleará estos sistemas informáticos durante la ejecución del Contrato.

El contratista deberá utilizar un sistema de conexión segura (red VPN, etc.) con los sistemas informáticos de CCMA, S.A.

El contratista designará un interlocutor encargado de mantener con CCMA, S.A. el seguimiento de cualquier cuestión referida a los sistemas informáticos de gestión de la actividad publicitaria objeto del Contrato.

A la finalización del Contrato, el contratista devolverá a CCMA, S.A. la disposición y utilización de estos sistemas informáticos.

## **11. - FACTURACIÓN Y PAGO DE LA PUBLICIDAD**

El contratista se encargará de la gestión de la facturación proforma de las campañas publicitarias contratadas en virtud del Contrato por cuenta de CCMA, S.A.

La gestión de la facturación y el cobro a los clientes de la publicidad contratada por el contratista en virtud del contrato será realizada por CCMA,S.A.

Los rappels, primas, sobreprimas o extraprimas serán fijados por CCMA, S.A. a propuesta de la Comisión Mixta, y pagados por CCMA, S.A. de conformidad con las condiciones del Mercado Publicitario de Televisión, sin perjuicio de que el contratista esté facultado para comunicar a los operadores las cantidades aplicables para estos conceptos.

La morosidad irá a cargo de CCMA, S.A. y se descontará de la base de cálculo de la retribución variable.

## **12. - FACTURACIÓN DEL CONTRATISTA A CCMA, S.A.**

El contratista facturará mensualmente a CCMA, S.A. la parte proporcional que le corresponda de la retribución fija (canon fijo) calculada en aplicación de los parámetros del apartado 4 del presente Pliego de prescripciones técnicas.

El contratista facturará mensualmente a CCMA, S.A. la parte variable de la retribución sobre los ingresos en televisión que se correspondan con los ingresos provenientes de los contratos de la FORTA (canon variable fijo).

En concepto de retribución variable sobre los ingresos de publicidad en medios digitales, el contratista facturará mensualmente a CCMA, S.A. un importe fijo de 4.000 euros a cuenta de la liquidación final del ejercicio por este concepto, en aplicación de los parámetros del apartado 4 del presente Pliego de prescripciones técnicas.

Asimismo, el contratista facturará mensualmente a CCMA, S.A. el 1% sobre los ingresos mensuales obtenidos en televisión en concepto de pago a cuenta de la retribución variable sobre los ingresos en televisión (canon variable) que se liquidará

anualmente una vez la Comisión Mixta haya establecido el grado de cumplimiento del Objetivo Revisado.

Barcelona, noviembre de 2013

## **ANEXO I - FIJACIÓN DE LOS OBJETIVOS DE LOS INGRESOS PUBLICITARIOS EN TELEVISIÓN**

### **1. Definición de los objetivos**

El porcentaje concreto que se aplicará a los efectos previstos en apartado 4 del Pliego de prescripciones técnicas irá en función del grado de consecución por el contratista del Objetivo Revisado que establecerá año a año la Comisión Mixta, de acuerdo con lo siguiente:

- a) Objetivo Estimado. Es el objetivo que se determina al inicio de cada uno de los años de vigencia del contrato (y, en su caso, de sus prórrogas) teniendo en cuenta la ratio de Eficacia Comercial y la evolución prevista del mercado publicitario.
- b) Objetivo Revisado. Es el objetivo que se determina recalculando el Objetivo Estimado con datos reales publicados por Infoadex y Kantar Media, una vez finalizado el año correspondiente.

### **2. Fijación del Objetivo Estimado**

El mes anterior al inicio del año correspondiente, la Comisión Mixta fijará el Objetivo Estimado para el año en cuestión, teniendo en cuenta lo siguiente:

- (a) Se determina la Cuota de Audiencia de televisión de CCMA, S.A. que se estima alcanzar durante el año **n**.
- b) Se calcula la Cuota de Mercado Publicitario de Televisión que se pretende obtener con dicha Cuota de Audiencia de CCMA, S.A., teniendo en cuenta la Ratio de Eficacia Comercial. Según resulta del apartado 1 del Pliego de prescripciones técnicas, se entiende por Ratio de Eficacia Comercial el cociente entre la Cuota de Mercado Publicitario de Televisión y la Cuota de Audiencia ( $\% \text{ Cuota de Mercado Publicitario de Televisión} / \% \text{ Cuota de Audiencia}$ ).
- c) La Ratio de Eficacia Comercial: la Comisión Mixta establecerá la Ratio de Eficacia Comercial que regirá durante toda la vigencia del Contrato en base a los datos reales del año 2013 de cuota de audiencia de televisión de CCMA, S.A. e ingresos del mercado publicitario a partir de los datos de Infoadex y Kantar Media.

La Ratio de Eficacia Comercial permanecerá fija durante todo el tiempo de vigencia del Contrato (y, en su caso, de su prórroga), salvo que la Comisión Mixta decida cambiarla, de acuerdo con los procedimientos establecidos en el Pliego de precripciones técnicas.

A efectos aclaratorios, a continuación se plantea un supuesto hipotético de cálculo del Objetivo Estimado en base a datos reales del 2012:

- **Cuota de Audiencia de TVC estimada para el año n: 3,3%.**
- **Ratio de Eficacia Comercial: 0,84.**
- **Cuota de Mercado Publicitario de Televisión objetivo: 2,77% (3,3% x 0,84).**
- **Mercado Publicitario de Televisión total estimado por el año n: 1.635 MM.**
- **Objetivo Estimado: 45,3 MM (1.635 MM x 2,77%).**

### **3. Fijación del Objetivo Revisado**

Finalizado el año correspondiente, se determina el Objetivo Revisado recalculando el Objetivo Estimado a partir de la evolución real del Mercado Publicitario de Televisión y de la Cuota de Audiencia de televisión de CCMA;S.A. durante el año en cuestión, aplicando a estos efectos los datos publicados por Infoadex y Kantar Media, respectivamente, y manteniendo fija la Ratio de Eficacia Comercial.

Siguiendo el ejemplo hipotético anterior:

- **Cuota de Audiencia real del año n según Kantar Media: 3,0%.**
- **Ratio de Eficacia Comercial: 0,84**
- **Cuota de Mercado Publicitario de Televisión objetivo: 2,52% (3,0% x 0,84).**
- **Mercado Publicitario de Televisión total del año n según Infoadex: 1.600 MM.**
- **Objetivo Revisado: 40,3 MM (1.600 MM x 2,52%).**

**ANEXO II – MÉTODO DE CÁLCULO PARA LA FIJACIÓN DEL OBJETIVO ESTIMADO**

**Datos históricos de TVC (en millones de €)**

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	p2013
Mercado Publicitario	3.469	3.082	2.338	2.472	2.237	1.797	1.635
Cuota Audiencia TVC	3,50%	3,30%	3,20%	3,20%	3,30%	3,30%	3,30%
Ingresos	128,7	114,9	86,5	91,3	78,2	60,5	54,6
Ratio	<b>1,06</b>	<b>1,13</b>	<b>1,16</b>	<b>1,15</b>	<b>1,06</b>	<b>1,02</b>	<b>1,01</b>
Cuota de Mercado	3,71%	3,73%	3,70%	3,69%	3,50%	3,36%	3,34%

**NOTA: Los datos del ejercicio 2013 son los presupostados**

Transformación de la ratio de eficacia comercial del 1,02 en el 2012 al 0,84 en base a los ingresos de publicidad en televisión realmente externalizables:

**Datos sobre el cálculo de la ratio (en millones de €)**

Ingresos Totales		Ingresos Externalizables (Consideramos FORTA y Medios Digitales)		Ingresos Externalizables (No consideramos FORTA ni Medios Digitales)	
	2012		2012		2012
Mercado Publicitario	1.797	Mercado Publicitario	1.797	Mercado Publicitario	1.797
Cuota Audiencia TVC	3,30%	Cuota Audiencia TVC	3,30%	Cuota Audiencia TVC	3,30%
Ingresos Totales	60,5	Ingresos Totales	58,3	Ingresos Externalizables	50
<b>Ratio</b>	<b>1,02</b>	<b>Ratio</b>	<b>0,98</b>	<b>Ratio</b>	<b>0,84</b>
Cuota de Mercado	3,36%	Cuota de Mercado	3,24%	Cuota de Mercado	2,78%

**NOTA: Los datos de mercado publicitario son de Infoadex y los de cuota de audiencia son de Kantar Media**

La Comisión Mixta establecerá la Ratio de Eficacia Comercial que registrará durante toda la vigencia del Contrato en base a los datos reales de cuota de audiencia y de ingresos de televisión de CCMA, S.A. e ingresos del mercado publicitario del año 2013.

### **ANEXO III - PROPOSICIÓN TÉCNICA (PLAN DE NEGOCIO)**

La Proposición Técnica consistirá en un "Plan de Negocio" presentado por cada licitador. La Proposición Técnica se valorará con una puntuación máxima de 50 puntos (sobre 100).

Las empresas licitadoras han de obtener, como mínimo, 35 puntos de los 50 máximos, de acuerdo con los criterios de valoración establecidos para las proposiciones técnicas. Las empresas con una puntuación inferior a estos 35 puntos quedarán excluidas.

El "Plan de Negocio" deberá incluir la siguiente información:

#### **1. Plan de comercialización (hasta 40 puntos)**

Los licitadores deberán presentar un plan de comercialización.

Será objeto de valoración:

- a) La descripción detallada de una estrategia comercial para maximizar los ingresos teniendo en cuenta las variables del mercado, audiencias, tiempo de ocupación publicitaria, desconexiones territoriales y política de precios, entre otros factores (16 puntos).
- b) La mejora en los ingresos por los canales secundarios de televisión de CCMA, S.A. (6 puntos)
- c) La creación de productos nuevos para los anunciantes, compatibles con la función de servicio público de televisión que presta CCMA, S.A. (6 puntos).
- d) El plan de comercialización de espacios publicitarios de las webs asociadas a los canales de televisión de CCMA, S.A. y de los dispositivos móviles relacionados con estos canales, que conlleve un incremento sustancial de los ingresos en estos conceptos. (6 puntos).
- e) Las sinergias que puedan generarse con otros productos o medios de comunicación cuya publicidad sea realizada por el adjudicatario, y que reporte un significativo aumento de los ingresos de CCMA, S.A. por publicidad. (6 puntos)

Los diferentes componentes del plan de comercialización se valoran cualitativamente en función de sus características, de su mayor adecuación a la ejecución del objeto del contrato y de su comparación con el resto de ofertas.

A cada uno de los diferentes aspectos que se valoran se les asignará por estimación una calificación entre 0 y 10 y se les otorgará los puntos que, por ponderación, les corresponda de acuerdo con la fórmula:

$$P = N \cdot (Ov/10)$$

donde **P** es la puntuación a obtener, **N** es la puntuación máxima del componente del plan que se valora, **Ov** es la calificación entre 0 y 10 asignada a la oferta que se está puntuando y **10** es la calificación máxima.

## **2. Delegaciones (hasta 5 puntos)**

Excepto Barcelona y Madrid, que son los dos centros donde ha de llevarse a cabo el servicio como requisito de la licitación, será objeto de valoración que los licitadores dispongan de otras delegaciones, con la siguiente puntuación:

- a) Tarragona, Lérida y Gerona: 1 punto para cada demarcación.
- b) Otras delegaciones en el resto del estado español: 1 punto para cada una, con un máximo de 2 puntos.

## **3. Medios humanos (hasta 5 puntos)**

Será objeto de valoración el personal específico de los licitadores, destinado al cumplimiento del Contrato, que tenga una antigüedad en el sector publicitario de televisión, estatal o local, superior a cinco años. También se valorará el personal que, con una antigüedad superior a cinco años en el sector publicitario de televisión, haya trabajado en el sector publicitario de otros medios de comunicación.

Se deberá incluir con la Proposición Técnica los CV de este personal.

Para calcular la calificación del personal, se calificará con un 10 cada una de las personas que presenten una antigüedad en el sector publicitario de televisión superior a cinco años y que, además, hayan trabajado en otros sectores publicitarios; y se calificará con un 6 cada una de las personas que, con una antigüedad superior a cinco años en el sector publicitario de televisión, no hayan trabajado en otros sectores publicitarios. El personal que, aunque haya trabajado en otros sectores publicitarios diferentes del de televisión, no tengan una antigüedad superior a cinco años en este sector, no se calificará.

Para puntuar este criterio, recibirá la máxima puntuación (5 puntos) el licitador que obtenga la mejor calificación conjunta del personal propuesto. Al resto de licitadores se les disminuirá la puntuación de forma proporcional a las menores calificaciones obtenidas, de acuerdo con la siguiente fórmula:

$$P = 5 \cdot (v/M)$$

donde **P** es la puntuación resultante, **5** la puntuación máxima que se otorga al criterio, **M** la calificación conjunta más alta resultante e **v** la calificación conjunta obtenida por el personal del licitador que se valora.



## **ANEXO IV - VALORACIÓN DE LA OFERTA ECONÓMICA**

La puntuación máxima de la Oferta Económica es de 50 puntos. Estos puntos se dividen en siete intervalos de consecución de objetivos indicados en la tabla del apartado 4 del Pliego de prescripciones técnicas. Dada su relevancia económica, corresponderá hasta un máximo de 20 puntos al primer intervalo ("grado de consecución de objetivos entre el 100% y el 103%"). A los otros seis intervalos se corresponderá, a cada uno de ellos, hasta un máximo de 5 puntos.

Así, la puntuación se distribuirá de la siguiente forma:

1. Grado de consecución de objetivos superior al 100% hasta el 103% (hasta 20 puntos):

<b>%</b>	<b>Puntuación</b>
3,00%	20
3,05%	19
3,10%	18
3,15%	17
3,20%	16
3,25%	15
3,30%	14
3,35%	13
3,40%	12
3,45%	11
3,50%	10
3,55%	9
3,60%	8
3,65%	7
3,70%	6
3,75%	5
3,80%	4
3,85%	3
3,90%	2
3,95%	1
4,00%	0

Cualquier oferta del licitador comprendida entre el 3% y el 4% con valores no relacionados expresamente en la tabla anterior, será valorada con la puntuación que le corresponda proporcionalmente.

2. Grado de consecución de objetivos superior al 103% hasta el 106% (hasta 5 puntos):

<b>%</b>	<b>Puntuación</b>
3,50%	5,00
3,55%	4,75
3,60%	4,50
3,65%	4,25
3,70%	4,00
3,75%	3,75
3,80%	3,50
3,85%	3,25
3,90%	3,00
3,95%	2,75
4,00%	2,50
4,05%	2,25
4,10%	2,00
4,15%	1,75
4,20%	1,50
4,25%	1,25
4,30%	1,00
4,35%	0,75
4,40%	0,50
4,45%	0,25
4,50%	0,00

Cualquier oferta del licitador comprendida entre el 3,5% y el 4,5% con valores no relacionados expresamente en la tabla anterior, será valorada con la puntuación que le corresponda proporcionalmente.

3. Grado de consecución de objetivos superior al 106% hasta el 109% (hasta 5 puntos):

<b>%</b>	<b>Puntuación</b>
4,00%	5,00
4,05%	4,75
4,10%	4,50
4,15%	4,25
4,20%	4,00
4,25%	3,75
4,30%	3,50
4,35%	3,25
4,40%	3,00
4,45%	2,75
4,50%	2,50
4,55%	2,25
4,60%	2,00
4,65%	1,75
4,70%	1,50
4,75%	1,25
4,80%	1,00
4,85%	0,75
4,90%	0,50
4,95%	0,25
5,00%	0,00

Cualquier oferta del licitador comprendida entre el 4% y el 5% con valores no relacionados expresamente en la tabla anterior, será valorada con la puntuación que le corresponda proporcionalmente.

4. Grado de consecución de objetivos superior al 109% hasta el 112% (hasta 5 puntos):

<b>%</b>	<b>Puntuación</b>
4,50%	5,00
4,55%	4,75
4,60%	4,50
4,65%	4,25
4,70%	4,00
4,75%	3,75
4,80%	3,50
4,85%	3,25
4,90%	3,00
4,95%	2,75
5,00%	2,50
5,05%	2,25
5,10%	2,00
5,15%	1,75
5,20%	1,50
5,25%	1,25
5,30%	1,00
5,35%	0,75
5,40%	0,50
5,45%	0,25
5,50%	0,00

Cualquier oferta del licitador comprendida entre el 4,5% y el 5,5% con valores no relacionados expresamente en la tabla anterior, será valorada con la puntuación que le corresponda proporcionalmente.

5. Grado de consecución de objetivos superior al 112% hasta el 115% (hasta 5 puntos):

<b>%</b>	<b>Puntuación</b>
5,00%	5,00
5,05%	4,75
5,10%	4,50
5,15%	4,25
5,20%	4,00
5,25%	3,75
5,30%	3,50
5,35%	3,25
5,40%	3,00
5,45%	2,75
5,50%	2,50
5,55%	2,25
5,60%	2,00
5,65%	1,75
5,70%	1,50
5,75%	1,25
5,80%	1,00
5,85%	0,75
5,90%	0,50
5,95%	0,25
6,00%	0,00

Cualquier oferta del licitador comprendida entre el 5% y el 6% con valores no relacionados expresamente en la tabla anterior, será valorada con la puntuación que le corresponda proporcionalmente.

6. Grado de consecución de objetivos superior al 115% hasta el 118% (hasta 5 puntos):

<b>%</b>	<b>Puntuación</b>
5,50%	5,00
5,55%	4,75
5,60%	4,50
5,65%	4,25
5,70%	4,00
5,75%	3,75
5,80%	3,50
5,85%	3,25
5,90%	3,00
5,95%	2,75
6,00%	2,50
6,05%	2,25
6,10%	2,00
6,15%	1,75
6,20%	1,50
6,25%	1,25
6,30%	1,00
6,35%	0,75
6,40%	0,50
6,45%	0,25
6,50%	0,00

Cualquier oferta del licitador comprendida entre el 5,5% y el 6,5% con valores no relacionados expresamente en la tabla anterior, será valorada con la puntuación que le corresponda proporcionalmente.

7. Grado de consecución de objetivos superior al 118% (hasta 5 puntos):

<b>%</b>	<b>Puntuación</b>
6,00%	5,00
6,05%	4,75
6,10%	4,50
6,15%	4,25
6,20%	4,00
6,25%	3,75
6,30%	3,50
6,35%	3,25
6,40%	3,00
6,45%	2,75
6,50%	2,50
6,55%	2,25
6,60%	2,00
6,65%	1,75
6,70%	1,50
6,75%	1,25
6,80%	1,00
6,85%	0,75
6,90%	0,50
6,95%	0,25
7,00%	0,00

Cualquier oferta del licitador comprendida entre el 6% y el 7% con valores no relacionados expresamente en la tabla anterior, será valorada con la puntuación que le corresponda proporcionalmente.

## **ANEXO V**

### **MODELO DE DECLARACIÓN RESPONSABLE**

..... como ..... de la  
empresa ..... domiciliada en la ciudad de  
..... calle ..... n.º .....  
con NIF n.º ....., tel. .... fax ....., dirección  
electrónica .....,

### **DECLARA**

Que la sociedad a la cual representa no incurre en ninguna de las causas de prohibición de contratar establecidas en el artículo 60 del TRLCSP.

Asimismo manifiesta que no está sujeta a una prohibición regulatoria para prestar los servicios objeto de la presente concurrencia.

Y para que así conste ante Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, S.A., a efectos de tomar parte en la concurrencia pública de ofertas núm. **1311OB05 "CONTRATACIÓN DE UN SERVICIO DE COMERCIALIZACIÓN, PROMOCIÓN E INTERMEDIACIÓN EN LA VENTA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS DE TELEVISIÓN DE CCMA, S.A."**, firma la presente declaración

a ..... el día ..... de ..... de 201...



## **ANEXO VI - MODELO DE OFERTA ECONÓMICA**

El Sr./Sra. ...., como ..... de la sociedad ..... domiciliada en la ciudad de ..... calle ....., nº ....., código postal..... con NIF ....., teléfono ....., fax ....., dirección electrónica ....., enterado/da de las condiciones y requisitos para concurrir en la concurrencia pública de ofertas núm. **1311OB05 "CONTRATACIÓN DE UN SERVICIO DE COMERCIALIZACIÓN, PROMOCIÓN E INTERMEDIACIÓN EN LA VENTA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS DE TELEVISIÓN DE CCMA, SA"**, manifiesta que se encuentra en situación de acudir como licitador en la mencionada concurrencia de ofertas.

Con esta finalidad se compromete, en nombre de la sociedad que representa a tomar, a su cargo la ejecución de dicho servicio con estricta sujeción a los requisitos y condiciones que figuran en el mismo, ofreciendo el servicio en las condiciones económicas que se detallan:

### **OFERTA: Porcentaje según el grado de consecución de objetivos**

<b>Tramos por grado de consecución de objetivos</b>	<b>Oferta: porcentaje por tramo</b>
<b>Inferior al 94%</b>	<b>0% fijo</b>
<b>A partir del 94% hasta el 97%</b>	<b>1 % fijo</b>
<b>Superior al 97% hasta el 100%%</b>	<b>2 % fijo</b>
<b>Superior al 100% hasta el 103%</b>	..... %
<b>Superior al 103% hasta el 106%</b>	..... %
<b>Superior al 106% hasta el 109%</b>	..... %
<b>Superior al 109% hasta el 112%</b>	..... %
<b>Superior al 112% hasta el 115%</b>	..... %
<b>Superior al 115% hasta el 118%</b>	..... %
<b>Superior al 118%</b>	..... %

***Los licitadores deben presentar oferta para todos y cada uno de los diferentes tramos de consecución de objetivos superiores al 100%***

Firma y fecha

## **ANEXO VII – MODELO DE AVAL BANCARIO**

La entidad .....(*razón social de la entidad avalista*), con C.I.F. ...., con domicilio a efectos de notificaciones y requerimientos en ....., calle ....., nº ....., C.P. ...., y en su nombre y representación el Sr. ...., con poderes suficientes para obligarse en este acto, AVALA:

En ..... (*nombre y apellidos o razón social del avalado*)..... ante la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals S.A., en concepto de garantía definitiva, por un importe de UN MILLÓN DE EUROS (1.000.000 €), para responder de las siguientes obligaciones: i) del exacto cumplimiento del contrato ....., Número de Expediente....., ii) de las obligaciones asumidas por la entidad avalada en virtud del referido contrato; iii) de cualquier aspecto regulado en el pliego de cláusulas que lo regulan; iv) y de los conceptos previstos en el artículo 100 del Texto Refundido de la Ley de Contratos del Sector Público.

La entidad avalista declara bajo su responsabilidad que cumple los requisitos previstos en el artículo 56.2 del Reglamento General de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas. Este aval se otorga solidariamente respecto al obligado principal, con renuncia expresa al beneficio de excusión y con compromiso de pago al primer requerimiento de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals SA.

Cuando se deba satisfacer este aval, para la efectividad de la obligación prestada mediante el mismo, la entidad avalista queda obligada a ingresar en metálico efectivo la cantidad garantizada por este aval en el plazo de 48 horas, contadas desde la fecha de recepción de la oportuna notificación por carta certificada con aviso de recepción que le efectúe la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals SA, sin que la entidad avalista pueda solicitar alegación de causa o justificación, quedando subsistente el aval por el resto de las cantidades no ejecutadas hasta su cancelación.

El presente aval estará en vigor hasta que el órgano de contratación de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals SA autorice su cancelación o devolución de acuerdo con lo establecido en el artículo 102 del Real Decreto legislativo 3/2011, que aprueba el texto refundido de la Ley de Contratos del Sector Público, habiendo sido inscrito en el día de la fecha en el Registro especial de avales con el número .....

Para la interpretación y ejecución del presente aval, la entidad avalista hace renuncia expresa a cualquier otro fuero que le pudiera corresponder, sometiéndose a la jurisdicción de los Juzgados y Tribunales de Barcelona.

(Lugar y fecha) .....

(Razón social de la entidad avalista) .....

(Sello de la entidad avalista) (Firma del apoderado)