



ACLARACIÓN AL PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS CONSISTENTES EN LA PLANIFICACIÓN, MEDIACIÓN COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS EN MEDIOS IMPRESOS, RADIOFÓNICOS, DIGITALES, TELEVISIÓN Y OTROS SOPORTES PARA LA DIFUSIÓN DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL Y PROMOCIONAL, ASI COMO EJECUCION DE LOS PLANES DE COMUNICACIÓN DEL AYUNTAMIENTO DE MÁLAGA (EXPEDIENTE 88/17)

En el presente documento se pone en conocimiento de los licitadores las siguientes aclaraciones:

APARTADO 9.1 CRITERIOS OFERTA ECONÓMICA Y CONCRETAMENTE EL SUBAPARTADO 9.1 B) REFERIDO A LOS DESCUENTOS EN LA COMPRA DE MEDIOS

Respecto a lo recogido en esta cláusula

“9.1.b) Descuentos en la compra de medios de 0 a 30 puntos

El contenido evaluará en este subapartado el descuento que se aplicará sobre tarifas oficiales 2017, que estará vigente durante toda la prestación del contrato. Se presentará por cada uno de los medios que a continuación se detallan, sin especificar formato, según la clasificación, quedando excluido a efectos de puntuación el apartado de otros:

1. *Prensa escrita diaria.....de 0 a 10 puntos.*
 - *Diario Sur*
 - *La Opinión de Málaga*
 - *Málaga Hoy*
 - *Viva Málaga*
 - *El País Andalucía*
 - *El Mundo Andalucía*
 - *Abc Andalucía*
 - *Suplemento dominical XL Semanal*
 - *Suplemento dominical Magazine*
 - *Suplemento dominical EPS*
 - *Suplemento cultural Babelia*
 - *Suplemento El Cultural*
 - *Suplemento cultural ABC*
 - *Otros*

2. *Prensa digital..... de 0 a 5 puntos.*
 - *Edición digital Sur*
 - *Edición digital La Opinión de Málaga*
 - *Edición digital Málaga Hoy*
 - *Edición digital El Mundo Andalucía*
 - *Edición digital Abc Andalucía*
 - *Edición digital El País Andalucía*
 - *Otros*

3. *Radio.....de 0 a 10 puntos.*
 - *Cope Málaga*
 - *Cadena 100 Málaga*
 - *Ser Málaga*
 - *40 Principales Málaga*



- Cadena Dial Málaga
- Onda Cero Málaga
- Europa FM Málaga
- Onda Melodía Málaga
- Kiss Fm Málaga
- Otros

4. Televisión.....de 0 a 5 puntos.

- PTV Málaga
- Onda Luz Málaga
- 101 Televisión
- Otros

5.- Otros soportes publicitarios. Este subapartado contempla todos aquellos soportes publicitarios que no pueden enmarcarse en las clasificaciones anteriores. No contabiliza a efectos de puntuación, ni se exige que se presente un descuento sobre el precio, ya que variará en función de cada uno de ellos.

Para la valoración de este apartado se calculará la puntuación media por subapartado (prensa escrita; prensa digital, radio y televisión) en función de los descuentos ofertados por las empresas licitadoras en cada uno de los medios que se detallan en dichos subapartados. Para ello se puntuará de forma individual cada uno de los medios de cada subapartado y se calculará una media aritmética del total de las puntuaciones como se detallan en la tabla del anexo 1.”

En cada uno de los subapartados 1,2, 3 y 4 se incluye la categoría de otros, a dicha categoría no se pide que se oferte ningún descuento al estar compuesto por grupo muy diverso de soportes publicitarios que no se especifican, y por tanto no forma parte de la puntuación.

Igualmente este criterio se aplica al apartado 5 “otros soportes publicitarios” que como se especifica no contabiliza a efectos de puntuación.

La propuesta de descuentos de medios de comunicación anteriormente referidos que las empresas licitadoras deben presentar, debe incluir, **con carácter excluyente**, las tarifas oficiales 2017 de cada medio, así como la propuesta de descuentos que el medio presente a la empresa licitadora.”

Habrà que tener en cuenta:

Que lo estipulado en estos párrafos está referido explícitamente a criterios de adjudicación de las empresas licitadoras, para lo cual se propone, a modo de ejemplo, un listado de posibles medios de comunicación, entre los cuales podrán estar, entre otros, Canal Sur Televisión y Canal Sur Radio, sobre los cuales deben negociarse descuentos en la posible compra de espacios publicitarios con el objetivo de servir de criterios de adjudicación.

Que este pliego, y por tanto los criterios de adjudicación, no se refieren a la contratación directa de espacios publicitarios de una campaña de publicidad o plan de medios concreto, sino que el servicio requerido es la ejecución de un presupuesto global a lo largo de la duración del contrato que se irá materializando durante el desarrollo del mismo en acciones de comunicación/publicidad y planificaciones en medios específicos.

Que el listado de medios de comunicación referido no implica una contratación directa de espacios publicitarios en los citados medios y, por tanto, ningún medio de comunicación está excluido (aunque no aparezca en dicho listado) siempre que cumpla con los objetivos de comunicación de cada acción que se ejecute.



Que el listado de medios de comunicación referido responde a criterios de eficacia ante la imposibilidad de reflejar todos y cada uno de los posibles soportes que sean susceptibles de formar parte de la planificación a lo largo de la duración de este contrato.

Málaga, a 7 de julio de 2017
El Director General de Comunicación

Fdo.: Jesús Espiño González