



## **Pliego de prescripciones tècnicas para la explotación de la publicidad en los autobuses de la E.M.T.- Palma.**

## **1. OBJETO**

El objeto del presente concurso por procedimiento abierto y trámite ordinario para la adjudicación de la explotación de la publicidad gráfica en el exterior de los laterales y traseras de los autobuses que explota esta sociedad. Se diferenciarán dos unidades de contratación:

**1.1 Publicidad traseras:** Publicidad trasera será considerada como tal exclusivamente gráfica y estática mediante vinilos autoadhesivos. Este formato vendrá definido bajo los siguientes requisitos;

- En este formato, la franja superior por encima de la ventana trasera tendrá el color de fondo de la pieza publicitaria. No podrá incorporar ni textos ni imágenes, tan sólo podrá incorporar el logo de la EMT-Palma, Ayuntamiento de Palma y el número de autobús.
- La trasera supondrá la ocupación del 100% de chapa y vidrio.

**1.2 Publicidad integral:** La publicidad autobús integral será considerada como tal exclusivamente gráfica mediante vinilos autoadhesivos. Este formato vendrá definido bajo los siguientes requisitos;

- La franja superior del autobús no se podrá ocupar, ya que se reserva para mantener los colores corporativos, logos y códigos de la EMT-Palma.
- Trasera: ocupación al 100% de chapa y vidrio (excepto franja superior)
- Laterales: ocupación al 100% de chapa. las ventanas se podrán ocupar en un 30% de altura por ventana (para el cálculo de este 30% no debe incluirse las mini ventanas, abatible manualmente, que puede estar presente en la parte superior de las ventanas laterales) excepto la última ventana, que puede ocuparse en su totalidad, y en la penúltima ventana, que permite una ocupación en diagonal, desde el ángulo superior derecho hasta el ángulo inferior izquierdo
- El vidrio de la puerta delantera del lateral derecho no podrá ocuparse, así como el vidrio de la ventana del conductor del lateral izquierdo.

A efectos de estos pliegos la publicidad traseras tendrá la consideración de unidad de contratación 1 y la publicidad integral unidad de contratación 2.

Queda excluida la publicidad en el interior de autobuses mediante cualquier medio.

Dicha publicidad se efectuará tal y como se detalla en el presente Pliego de Condiciones Técnicas, mediante los medios, sistemas y procedimientos que se mencionan en el mismo.

## **2. IDENTIFICACIÓN DE LAS PARTES**

A los efectos del presente concurso, las partes se identifican como sigue:

(EMT-PALMA), con domicilio social en Calle Anselmo Clavé nº5 07002 Palma quien convoca el concurso y es quien cede los espacios de sus autobuses para

ser explotada en ellos la publicidad gráfica y estática en el exterior de los mismos.

**OFERTANTE:** Empresa, o en su caso agrupación de empresas, a quien se dirige el concurso y a la que podrá adjudicarse el contrato. También podrá ser calificada como "licitador", o en su caso, "adjudicatario".

### **3. DURACIÓN DEL CONTRATO.**

El contrato tendrá una duración de 2 años a contar desde la firma del contrato, pudiéndose prorrogar facultativamente por la EMT-Palma y obligatorio para el adjudicatario por otros 2 años, prorrogables anualmente.

El cualquier caso al estar todavía vigente en el momento de elaboración de estos pliegos el contrato de publicidad de los autobuses de la EMT-Palma hasta el día 27 de febrero de 2011, será a partir de esta fecha en la que se procederá firmar el contrato de adjudicación.

#### **3.1 OFERTAS PARCIALES**

Los ofertantes deberán presentar ofertas por ambas unidades de contratación debiendo identificar en cualquier caso cada unidad de contratación, publicidad traseras y publicidad integral.. No se admitirán ofertas parciales dentro de cada unidad de contratación.

### **4.PRESENTACIÓN DE OFERTAS**

Podrán concursar aquellas empresas publicitarias de primer orden y reconocido prestigio deberán acreditar experiencia, solvencia técnica y profesionalidad en el sector de la publicidad.

#### **4.1. Información**

Los ofertantes podrán solicitar a la EMT-Palma. información complementaria de los datos consignados en los Pliegos de Condiciones.

Los ofertantes indicarán su persona de contacto para posibles aclaraciones, así como el domicilio, número de teléfono, fax y e-mail en su caso.

#### **4.2 Plazo y lugar de presentación**

Las ofertas podrán ser presentadas hasta las 14.horas del día limite señalado en el anuncio del concurso en los servicios jurídicos de la EMT-Palma, sitos en la calle Anselmo Clavé nº5 de Palma.

La proposición de los licitadores deberán recoger el compromiso de suscripción de un Seguro de Responsabilidad Civil por valor de 500.000 euros en el caso que resultase adjudicatario, debiéndose recoger en particular el capital garantizado y las características de las coberturas sobre las posibles responsabilidades que pudiesen derivar de la celebración del objeto de este contrato..

## 5. DOCUMENTACIÓN TÉCNICA

La oferta técnica incluirá la documentación siguiente:

- La solicitada en el apartado 13.1 del Pliego de Condiciones Técnicas
- Aquélla que los ofertantes consideren conveniente y/o necesaria.

Relación detallada de las principales exclusivas o contratos obtenidos relacionados con la publicidad exterior y en particular con la publicidad exterior de los autobuses, y cuantos otros datos sirvan para acreditar la solvencia técnica del licitador, así como su profesionalidad. La información completa relativa a los recursos humanos y materiales que el ofertante asignará en el caso de adjudicación.

## 6. CONTENIDO DE LA OFERTA ECONÓMICA

La proposición u oferta económica, cuya redacción se ajustará a la del modelo recogido en el presente Pliego de Condiciones como Anexo 1, incluirá los precios correspondientes al canon anual ofertado para cada uno de los años de vigencia de la adjudicación, tanto para la unidad de contratación 1 como para la unidad de contratación 2.

Además de la oferta económica formulada de acuerdo con las consideraciones del presente pliego, el ofertante podrá presentar las mejoras que estime oportunas.

### 6.1. El precio o canon anual

El precio o canon anual a abonar por el adjudicatario a EMT-PALMA, como precio o contraprestación a ésta por la cesión del uso de sus autobuses, para la explotación publicitaria del exterior de los mismos, consistirá en un porcentaje sobre la facturación neta. Este canon anual se concretará a través de la suma de dos componentes:

- Canon Anual Mínimo Garantizado (CAMG)
- Canon Anual Variable (CAV)

### 6.2. Determinación del canon

#### 6.2.1. Publicidad traseras.

##### 6.2.1.1. Canon Anual Mínimo Garantizado (CAMG)

Respecto a ambas unidades de contratación, y para el año 2011 el CAMG deberá ser como mínimo de **800.000 euros** (ocho cientos mil euros), por lo que no se aceptarán ofertas de importe inferior a dicha cantidad.

Para los siguientes años de vigencia de la exclusiva, el CAMG, nunca será inferior al del año anterior y como mínimo se incrementará en el mismo porcentaje en que lo haga el índice de Precios al Consumo (IPC) general para el conjunto nacional, más un punto, sin perjuicio de que el ofertante pueda realizar una mejora en la propuesta inicial descrita en estos pliegos.

Este canon se facturará mensualmente por el importe de una doceava parte del CAMG del año correspondiente.

#### **6.2.1.2 Canon Anual Variable (CAV) para la unidad de contratación 1**

El adjudicatario también pagará un canon variable, cuyo importe será la diferencia entre el resultado de aplicar a la facturación neta el porcentaje de participación ofertado que no podrán ser inferior **al 30 %**, y el CAMG fijado en el punto anterior, siempre que esta diferencia sea positiva. Este canon se facturará mensualmente.

### **7.2.2. Publicidad Integral.**

#### **7.2.2.1. Canon Anual Variable (CAV) para la unidad de contratación 2**

El adjudicatario también pagará un canon variable, cuyo importe será la diferencia entre el resultado de aplicar a la facturación neta el porcentaje de participación ofertado que no podrá ser inferior **al 50 %**, y el CAMG fijado en el punto anterior, siempre que esta diferencia sea positiva. Este canon se facturará mensualmente.

#### **7.2.2. Canon por unidad de autobús tipo**

También, y a los efectos de futuras ampliaciones de la flota, se indicará además, la cantidad de canon anual mínimo garantizado y canon anual variable por unidad de autobús tipo, en la forma establecida en el anexo 2.

Los cánones y precios unitarios ofertados, se actualizarán, todos los años, a partir del día 1 de enero, de acuerdo con la fórmula de revisión aplicada a los cánones.

### **7.2.3. Ejemplos**

Necesariamente efectuarán unos ejemplos de aplicación de lo propuesto, determinando las cantidades a percibir por EMT-PALMA, de acuerdo con las estimaciones anuales de facturación neta del ofertante.

### 7.3. Consideración

Toda oferta que, respecto a la parte económica, no se atenga a lo anteriormente dispuesto será desestimada.

## 8. CONDICIONES TÉCNICAS

### 8.1. CONDICIONES GENERALES

Las modalidades utilizadas por EMT-Palma para la inserción de anuncios publicitarios en los autobuses están compuestas por los siguientes formatos:

#### 8.1.1 Publicidad traseras :

Este formato vendrá definido bajo los siguientes requisitos;

- En este formato, la franja superior por encima de la ventana trasera tendrá el color de fondo de la pieza publicitaria. No podrá incorporar ni textos ni imágenes, tan sólo podrá incorporar el logo de la EMT-Palma, Ayuntamiento de Palma y el número de autobús.
- La trasera supondrá la ocupación del 100% de chapa y vidrio.

#### 8.1.2. Publicidad Integral:

Se entiende por "*Publicidad autobús integral*" la que utiliza el conjunto global del vehículo, con su normativa específica, para implementar el mensaje publicitario.

Este formato vendrá definido bajo los siguientes requisitos;

- La franja superior del autobús no se podrá ocupar , ya que se reserva para mantener los colores corporativos, logos y códigos de la EMT-Palma.
- Trasera: ocupación al 100% de chapa y vidrio ( excepto franja superior)
- Laterales: ocupación al 100% de chapa.las ventanas se podrán ocupar en un 30% de altura por ventana( para el calculo de este 30% no debe incluirse las miniventanas, abatible manualmente, que puede estar presente en la parte superior de las ventanas laterales) excepto la última ventana, que puede ocuparse en su totalidad, y en la penúltima ventana, que permite una ocupación en diagonal, desde el ángulo superior derecho hasta el ángulo inferior izquierdo
- El vidrio de la puerta delantera del lateral derecho no podrá ocuparse, así como el vidrio de la ventana del conductor del lateral izquierdo.

En estos dos formatos publicitarios el mensaje publicitario se fija actualmente sobre chapa y ventanas directamente, según sus normativas correspondientes, y, exclusivamente, con los materiales autorizados por la EMT-Palma (vid. Anexo nº 1)realizadas sobre P.V.C. o similares, fijadas a l marco o moldura.únicamente podrán utilizarse los materiales homologados y autorizados por la EMT-Palma (vid. Anexo nº 1). El adjudicatario será responsable de los daños que puedan producirse, y estará obligado a reponer a su coste los materiales y mano de obra necesaria para la buena imagen de los autobuses, resultando al final de la campaña y/o contrato, el vehículo en las mismas condiciones de presencia y estado en que fue tomado antes de la campaña y/o contrato integral.

## **8.2.CONDICIONES PARTICULARES**

### **8.2.1. Consideraciones especiales de la publicidad integral**

Para la explotación de la publicidad en los soportes de publicidad integral de EMT-PALMA que se detallan, en apartados posteriores, la EMT-Palma no tiene un experiencia directa en la explotación de la misma en estos momentos, ya que tan sólo se viene explotando hasta la fecha la publicidad de traseras por todo ello, EMT-PALMA pretende obtener propuestas exhaustivas y con especificaciones detalladas en las que se contemplen las posibilidades publicitarias actualmente en uso y explotación de esta modalidad; así como aquellas propuestas que, empleando soportes disponibles o innovadores, permitan ampliar el campo de aplicación de las técnicas y mensajes publicitarios a los utilizados actualmente y de los que se obtenga un claro rendimiento económica para la entidad, que la hagan atractiva en cuanto a su explotación y por ello comercializable, sino es así la EMT-Palma no procederá la autorización de la publicidad integral de los autobuses .

En cualquier caso la explotación de la explotación de la publicidad integral, requerirá la autorización expresa y por escrito de la EMT-Palma.

## 9. Soportes de publicidad utilizables

### 9.1 Publicidad Estándar:

La Publicidad estandar que actualmente explota la EMT-Palma es exclusivamente gráfica mediante carteles enmarcados en traseras del autobús.

El número de autobuses destinado a este formato es el siguiente será de 190. Además de los autobuses cuantificados en el cuadro anterior, EMT-PALMA dispondrá de una reserva de 5 buses más para ser gestionada directamente o para campañas propias de la EMT. Esta reserva será gestionada por el ofertante siempre que EMT-PALMA no haga uso de la misma

El número de autobuses destinado a este formato es el siguiente:

Tipo Bus	Cantidad
<b>ASITSA</b>	
Citaro K 10m.	11
Citaro 12m. 3p.	92
Citaro 12m. 2p.	4
Citaro 18m.	14
<b>suma parcial</b>	<b>121</b>
<b>E.M.T. - PALMA</b>	
Citaro 12m 3p.	8
Citaro 18m.	12
Iveco 12m.Diesel	22
Iveco 12m. Gas	10
Iveco 18m.Diesel	18
Iveco 18m. Gas	2
Iveco Daily minib.	2
<b>suma parcial</b>	<b>74</b>
<b>suma total</b>	<b>195</b>

Además de los autobuses cuantificados en el cuadro anterior como EMT-PALMA, en estos momentos la EMT-Palma desarrolla la explotación comercial de una serie de autobuses de los que no es propietario sino que son contratados con el sistema de renting con la entidad adjudicataria en su momento ASITSA, no obstante los mismo forman parte igualmente del objeto del presente contrato a efectos de explotación comercial



## **9.2 Modificaciones en la Flota de Autobuses**

La flota comercializable está compuesta por 195 autobuses. No obstante esta puede ser objeto de sustitución o ampliación de la flota comercializable, ante cualquier modificación de la flota descrita anteriormente, EMT-PALMA establecerá el tipo de soporte y grupo de los anteriormente indicados, al cual se asignarán los nuevos autobuses.

## **10. OTRAS CONDICIONES**

### **10.1. Condiciones básicas y facultades de EMT-Palma**

Las cifras de vehículos señaladas son las previstas como flota comercializable. Será irrelevante que los autobuses presten o no servicio en un momento determinado. La cantidad de autobuses integrantes de la flota comercializable podrá variar entre un 10% y 15% sin dar lugar a ningún tipo de reclamación por parte del adjudicatario.

El adjudicatario no podrá efectuar reclamación alguna por el tiempo en que no pueda hacer publicidad, ni por cambios en el número, extensión, situación, etc. de los soportes publicitarios.

El cambio, la reducción o la suspensión del servicio por cualquier causa no dará lugar a indemnización ni compensación económica ni de ninguna otra clase.

No dará lugar a indemnización, compensación económica, etc. el cierre del servicio por causa de huelga o fuerza mayor.

Tampoco dará derecho a reclamación la no circulación de los vehículos por causas de revisión, reparación o planificación del servicio.

EMT-Palma puede destinar los vehículos a cualquier línea o trayecto de su red, sea cual sea la publicidad que lleven y no contrae ninguna obligación limitativa.

EMT-Palma se reserva el derecho a conocer previamente, para autorizarlos o no, las campañas a colocar en los autobuses. A tal efecto, el adjudicatario le hará entrega de un boceto a color de la campaña. Si no se efectúa la mencionada entrega o, si a pesar de haberse efectuado, concurren causas sobrevenidas, EMT-PALMA podrá retirar los anuncios que crea conveniente.

EMT-Palma podrá retirar cualquier campaña fijada si considera que el original puede ser ofensivo, atenta contra las normas sociales de convivencia, usos y costumbres o no responde a criterios de buen nivel de calidad, comercial, técnico, estético o no se adecua a los criterios de comercialización de los soportes establecidos, sin que el adjudicatario pueda oponerse a tal decisión y sin que ello de lugar a ningún tipo de indemnización.

Los anuncios no podrán utilizar el nombre ni logotipo de la EMT-Palma. Tampoco podrán utilizar ni imitar la misma tipografía que la utilizada por la EMT-PALMA o el Ayuntamiento de Palma para sus avisos.

Los anuncios de tabaco y alcohol, o cualquier otro producto objeto de normativa específica, se ajustarán a la normativa vigente.

La publicidad se acomodará, en todo su contenido y formalidad, a las disposiciones dictadas en el ámbito europeo, nacional, autonómico y municipal por los organismos competentes, y a la normativa específica del titular del servicio público de transporte urbano de viajeros.

El adjudicatario se ajustará a la normativa legal por lo que se refiere al diseño y contenido de los anuncios y a los trámites oficiales legalmente establecidos y será enteramente responsable ante terceros.

Todos los daños y costes de las modificaciones que se produjeran en los autobuses de la EMT-Palma como consecuencia de la colocación de las molduras y/o paneles de nuevo diseño y/o publicidad integral, serán en su totalidad por cuenta del adjudicatario, viniendo obligado a dejar los vehículos en unas condiciones de imagen similares a las actuales del vehículo libre de publicidad.

## **11. Obligaciones laborales del adjudicatario**

El adjudicatario vendrá obligado, en su caso, al estricto cumplimiento de las disposiciones vigentes en materia laboral, de Seguridad Social y de Prevención de Riesgos Laborales. El adjudicatario hará constar en su oferta que ha tenido en cuenta la existencia de estas obligaciones. EMT-Palma estará facultada para la verificación de dicho cumplimiento en aquello que le afecte por tener relación directa con este concurso y para la imposición, en caso de incumplimiento, de las medidas correctoras que procedan.

El adjudicatario se obliga a cumplir estrictamente las obligaciones que establece la Ley de Prevención de Riesgos Laborales en el Real Decreto de Ley 51/2001 de 2 de Marzo, y demás legislación sobre la materia. Con independencia de lo anterior, el adjudicatario observará todas y cada una de las instrucciones, sugerencias e indicaciones que EMT-PALMA le indique en materia de seguridad, respecto a los trabajos que se ejecuten en las dependencias de la misma.

El adjudicatario estará al corriente de salarios y gratificaciones a su personal y en el pago de las diferentes cotizaciones a la Seguridad Social, así como cumplir todas las disposiciones vigentes en materia laboral, sin que en ningún caso pueda entenderse que existe, por estos motivos, ninguna responsabilidad para EMT-PALMA.

El adjudicatario deberá reintegrar a la EMT-Palma cualquier cantidad que en concepto de sanción, o por cualquier otro motivo, deba pagar ésta como consecuencia de la aplicación de cualquiera de las prevenciones de la Ley o de la responsabilidad de cualquier tipo, incluso civil, que genere incumplimiento. El adjudicatario deberá tener suscritos seguros obligatorios y voluntarios necesarios para cubrir cualquier consecuencia derivada de la aplicación de la Ley de Prevención de Riesgos Laborales y suficiente a juicio de EMT-PALMA, teniendo ésta acceso a las pólizas que el adjudicatario suscriba.

El adjudicatario facilitará a sus trabajadores las medidas necesarias para desempeñar su actividad cuando las desarrollen en los centros de trabajo de la EMT-Palma, con las medidas de seguridad e higiene adecuadas. Será el único responsable ante las sanciones o multas y/o indemnizaciones que pudieran acarrear el incumplimiento de las necesidades de Seguridad, Salud Laboral y Prevención.

Los empleados o personas autorizadas por el adjudicatario deberán estar debidamente acreditadas por escrito. Mientras permanezcan en los accesos y dependencias de la EMT-Palma, vendrán obligados a cumplir el Reglamento y otras disposiciones de tipo general y particular establecidas o que puedan establecerse, y deberán de atender las órdenes que les puedan ser comunicadas por los empleados de EMT-Palma

## **12. Selección de la publicidad**

El adjudicatario vendrá obligado a realizar un previo proceso de selección de la publicidad que les sea encargada, debiéndose someter a la consideración de EMT-PALMA aquella que pueda contravenir los límites establecidos en las presentes condiciones o que revistan caracteres de publicidad ilícita.

El adjudicatario será responsable, en cualquier caso, del cumplimiento de la normativa establecida, o que en el futuro pueda establecerse con relación al diseño, contenido y cualesquiera otras condiciones y requisitos a reunir por los anuncios, incluida la realización de todos aquellos trámites que, legal o reglamentariamente, procedan para su inserción.

Para los todos formatos de la publicidad EMT-PALMA conocerá con una antelación de diez días, el contenido de la campaña a exhibir mediante boceto a escala y color, especificando la duración de la campaña y el número de autobuses en que se colocará, reservándose el derecho a autorizar o no aquéllos que considere que no reúnen las condiciones establecidas, especialmente en el caso de que pudieran afectar a la sensibilidad o buen gusto del colectivo ciudadano al que va dirigida la publicidad, o cuando afecten a la imagen tanto de EMT-PALMA como de las instituciones en general. La exhibición en los autobuses de campañas que no coincidan con los bocetos aprobados previamente por EMT-PALMA será considerada como incumplimiento muy grave y causa justificada para la resolución del contrato.

Si se recibiere alguna reclamación fundada como consecuencia de que alguna campaña atentara contra los derechos de un tercero, o en el caso de que la campaña hubiera de retirarse por orden de la autoridad competente, el adjudicatario deberá retirar inmediatamente la campaña sin derecho a compensación alguna.

El adjudicatario deberá informar a aquéllos que contraten campañas publicitarias en los autobuses de EMT-PALMA, de la existencia de la cláusula sobre conocimiento del contenido de las mismas, a fin de que la contratación se produzca con el conocimiento expreso de su existencia, y con la conformidad de someterse, en su caso, a las decisiones adoptadas por EMT-PALMA basándose en consultas que resulten de los dictámenes o arbitrajes realizados por las organizaciones a las que EMT-PALMA pudiera solicitar dictamen.

En caso de que el adjudicatario remitiera a EMT-PALMA campañas que, a juicio de ésta, pudiera contravenir lo anteriormente indicado, deberá someterse a las decisiones adoptadas al respecto por parte de la EMT-Palma

## **13. Planes de acción. Recursos materiales y humanos**

El ofertante incluirá en su oferta los siguientes desarrollos:

### **13.1. Plan comercial**

El plan de actuación comercial explicará la que el ofertante prevea desarrollar e incluirá, entre otras, los siguientes elementos:

- Política comercial en general

- Previsión de ventas con indicación de la facturación neta prevista por anualidades de vigencia del contrato  
Política tarifaria
- Estrategia de ventas  
Gestión informatizada que deberá realizarse con un sistema compatible con el de EMT-PALMA
- Equipo de ventas con dedicación exclusiva, y/o parcial, detallando y especificando esta circunstancia, a esta explotación, determinando el número de personas y las ciudades donde realizarán su trabajo comercial.

El plan de actuación comercial deberá de especificar y presentar los siguientes modelos de documentación necesaria para el correcto seguimiento, por parte de EMT-PALMA, del objeto de esta concurrencia:

- Cuadro de contrataciones por soporte y período -Planificación de las contrataciones mensuales y anuales
- Facturación por soportes/mes
- Ocupación de los soportes por períodos de contratación
- Rentabilidad de los soportes
- Facturación mensual de los soportes
- Cuadro de fijaciones y retirada de la publicidad
- Planning de mantenimiento de los soportes
- ABC de clientes de la exclusiva
- Inventario y actualización del parque de soportes

El adjudicatario y EMT-PALMA definirán, de común acuerdo, la política comercial y de tarifas a seguir con cada cliente, con la finalidad de optimizar sus inversiones. El adjudicatario no podrá ceder, otorgar, dar o gestionar la venta de los soportes a través del régimen de exclusividad a agentes, agencias o exclusivistas de sectores y anunciantes o cualquier otra fórmula que signifique una delegación de facultades por parte del adjudicatario a un tercero.

### **13.2 Plan de Recursos Humanos y Materiales**

Las firmas ofertantes incluirán en su oferta económica la relación de recursos materiales y humanos a aplicar al desarrollo de la explotación objeto de la adjudicación. Entre los recursos humanos explicarán, en general, el personal que asignará a la explotación y, en particular, el nombre y apellidos de los profesionales de la comercialización publicitaria, junto con sus curriculum vitae, que se comprometen a incorporar a la explotación, así como la descripción y domicilio, de las oficinas, locales y dependencias que el adjudicatario destinará a la gestión de la adjudicación objeto del presente concurso.

### **13.4 Reserva de uso a favor de EMT-PALMA**

La reserva gratuita de 5 autobuses para ser gestionada directamente o para campañas propias de la EMT-Palma se actualizará proporcionalmente al aumento o disminución de la flota operativa

La publicidad institucional, entendiéndose como tal la de administraciones públicas, organismos autónomos, empresas públicas, entes y sociedades mercantiles públicas, y así como los eventos, actuaciones, actividades organizadas o patrocinadas por los mismos, tendrán preferencia en la contratación con el adjudicatario frente a las demás que pudieran realizarse en un momento determinado no obstante deberán abonar las tarifas pertinentes.

### **13.5. Disponibilidad de los autobuses**

EMT-PALMA se obliga a tener disponibles los autobuses objeto del concurso para que puedan ser fijadas y retiradas las campañas publicitarias en los mismos. Las condiciones de la citada disponibilidad se establecerán de común acuerdo entre las partes, siendo el principio rector de dichas condiciones el reducir al máximo la inmovilización de los autobuses, por lo que se realizarán todos los trabajos posibles durante la noche, los fines de semana y los días festivos.

### **13.6. Asignación de autobuses y prestación del servicio**

La asignación de los autobuses al servicio de líneas se realizará teniendo en cuenta que la flota está subordinada a las necesidades del servicio público que EMT-PALMA presta; por lo tanto, el dato de la línea a la que estén asignados los autobuses será puramente indicativo y estará en todo caso subordinado a las necesidades del servicio.

Los autobuses no se asignarán a líneas fijas y lo serán en función de las necesidades de EMT-PALMA a lo largo del período de explotación.

La interrupción de la prestación por causa de huelga en el servicio público de EMT-PALMA, interrupción del servicio por pase al taller o depósito de vehículos contratados, como puede ser: avería de los mismos, reparación, revisión, ITV, colisión, mantenimiento preventivo/correctivo, etc., en ningún caso servirá para aminorar el precio que el adjudicatario debe satisfacer a EMT-PALMA.

En el caso de que alguno de los autobuses que componen la flota inicialmente ofertada causase baja en la misma, o en el caso de que se cambiase alguno de ellos, el adjudicatario procederá a la colocación a su cargo, si el vehículo sustituto pasara a formar parte de la flota de publicidad estándar, de los marcos o molduras correspondientes a este soporte, corriendo a su cargo los posibles desperfectos en la pintura o chapa del autobús.

## **14 Otras obligaciones**

### **1.4.1. Obligaciones del adjudicatario**

- Fijar y retirar las campañas a su cargo.
- La conservación y limpieza de los soportes PVC.
- El mantenimiento de los soportes de publicidad propiedad de EMT-PALMA donde se instalarán las campañas

- Tener siempre las campañas y sus elementos en perfecto estado de conservación, incluso en el supuesto de que algunas campañas y sus elementos se deterioren por cualquier causa.

Estar al corriente de salarios *con su* personal y en el pago de las diferentes cotizaciones a la Seguridad Social, así como cumplir todas las disposiciones vigentes en materia laboral, sin que en ningún caso pueda entenderse que existe, por esos motivos, ninguna responsabilidad para EMT-PALMA.

- Los empleados o personas autorizadas por el adjudicatario deberán estar debidamente acreditadas por escrito. Mientras permanezcan en los accesos y dependencias de EMT-PALMA, estarán obligados a cumplir el Reglamento y otras disposiciones de tipo general y particular establecidas o que puedan establecerse para los viajeros, y deberán de atender las órdenes que les puedan ser comunicadas por los empleados de EMT-PALMA

En cualquiera de los casos en que el adjudicatario deteriore la pintura de los autobuses, EMT-PALMA los reparará y pasará el cargo correspondiente. En ningún caso se repintará sólo el trozo dañado, sino la pieza completa para evitar diferencias de color, y se realizará la tarea sin necesidad previa a que el adjudicatario apruebe el presupuesto por tal concepto, abonando a EMT-PALMA la factura íntegra (1VA incluido) en un plazo de diez (10) días a la emisión de la factura por EMT-PALMA.

- Las otras que se deriven del contrato.

## **15.Obligaciones de EMT-PALMA**

EMT-PALMA se compromete a dar las facilidades necesarias al adjudicatario para que pueda realizar los trabajos y servicios de la explotación publicitaria de acuerdo con las siguientes condiciones:

Para la colocación, traslado o retirada de soportes, el adjudicatario solicitará la aprobación previa de EMT-PALMA. Estos trabajos deben realizarse en horario en que no haya servicio de EMT-PALMA. Las tareas de fijación de carteles, vinilos, limpieza y conservación, tampoco podrán realizarse en horarios de servicio, debiendo efectuarse a la conclusión del mismo.

EMT-PALMA autorizará a los empleados o personal contratado por el adjudicatario para que puedan realizar, en las instalaciones de EMT-PALMA y en los autobuses, las tareas correspondientes y en los horarios establecidos al efecto. El adjudicatario solicitará a EMT-PALMA el permiso correspondiente y que le será concedido en los términos de acuerdo con las normas establecidas por el área operativa y técnica de EMT-PALMA.

Los escombros producidos por estos trabajos deberán ser retirados y la zona utilizada deberá quedar completamente limpia y expedita.

La realización de los trabajos de colocación, retirada y limpieza de campañas y soportes no obligará a EMT-PALMA a perjudicar el servicio que presta a los usuarios.

## **16. Responsabilidad por daños y perjuicios**

Durante el suministro e instalación, objeto de la presente concurrencia o cualesquiera otros trabajos complementarios en relación con la misma, el adjudicatario será responsable de todos los daños y perjuicios directos o indirectos que se puedan ocasionar a cualquier persona, propiedad o servicio público o privado, como consecuencia de los actos, omisiones o negligencias del personal a su cargo, o de una deficiente organización de los trabajos.

El adjudicatario asume expresamente la responsabilidad por daños y perjuicios causados a EMT-PALMA o a terceros por cualquiera de los elementos del sistema utilizado, como en cualquier otra que pueda generarse frente a EMT-PALMA o frente a terceros como consecuencia de la actividad desarrollada por el adjudicatario.

El adjudicatario, en relación con lo indicado anteriormente, deberá proceder de manera inmediata a indemnizar y reparar de forma totalmente satisfactoria, a su cargo, todos los daños y perjuicios imputables a él o, en su caso, a reintegrar a EMT-PALMA los pagos que por tal motivo hubiese realizado.

Cuando en el transcurso de instalación, operación de mantenimiento o reparación, y por causas totalmente imputables al adjudicatario, se originen anomalías que alteren el normal desarrollo en la prestación del servicio al público o la suspensión temporal de cualquier tipo de instalación, el adjudicatario estará obligado a indemnizar a EMT-PALMA en las cantidades que oportunamente se estipulen y que estarán de acuerdo con la importancia de la incidencia ocasionada.

El adjudicatario cumplirá en todo momento, durante la instalación, la normativa legal vigente en materia de seguridad laboral.

A partir de la fecha de firma del presente documento la ofertante establecerá en soporte informático que deberá poner a disposición de la EMT-Palma, la documentación periódica necesaria que contendrá información del tipo, tarifas, plazos de exhibición publicitaria, fecha de inicio y finalización de dichos plazos, descuentos, gastos asociados, etc., con los que comprobar posteriormente el importe de la facturación neta sobre los que se aplicará el porcentaje correspondiente de canon.

El canon se entenderá que es neto para la EMT-Palma, de forma que cualquier gasto ocasionado por el pago, o cualquier impuesto presente o futuro que lo grave, será a cargo de la ofertante.

La ofertante viene obligada a admitir que una entidad de Auditoria que tenga acreditadas legalmente sus capacidades como tal y sea designada por parte de la EMT-Palma, pueda realizar una fiscalización de la publicidad objeto de este contrato. A tal fin, pondrá a disposición de la entidad designada, la contabilidad, facturas y comprobantes que estén vinculados a la comercialización de los soportes objeto de este contrato y le facilitará las explicaciones que le sean requeridas

Los posibles impagos por parte de clientes, sólo podrán ser excluidos de la facturación a presentar cuando sean consecuencia del posible concurso de acreedores o quiebra de dichos clientes, y la ofertante lo acredite fehacientemente. En todo caso, las cantidades

pendientes quedarán acreditadas judicialmente a expensas de la decisión pertinente

Si como consecuencia de la auditoria que se ha mencionado anteriormente, resultase que el canon facturado durante el año fuese inferior al importe resultante de aplicar el porcentaje de participación sobre la facturación real neta, EMT-Palma emitirá una factura por la diferencia, que deberá ser abonada por parte de la ofertante.

En caso de que el canon facturado durante el año fuese superior al importe resultante de aplicar los porcentajes de participación sobre la facturación neta real, ello no dará lugar a ningún tipo de devolución o retroceso por parte de la EMT-Palma.

En el caso que la ofertante se demore en el pago más de 15 días, se devengarán intereses de demora, desde el vencimiento de la factura. Los intereses se calcularán aplicando sobre el importe vencido, el tipo EURIBOR a 6 meses vigente el día del vencimiento más un punto, y si este fuese festivo, el primer día hábil siguiente.

## **17. Reclamaciones**

EMT-PALMA no responderá ni solidaria ni subsidiariamente de las consecuencias que puedan derivarse de la publicidad fijada. El adjudicatario se compromete a hacer constar en sus relaciones con los anunciantes la cláusula de no responsabilidad de la EMT-Palma.

## **18. Materiales**

El material base para recibir la imagen gráfica es un PVC (PoliVinilCloride) flexible, lo más estabilizado posible, opaco, como máximo de 100 micras de espesor y con un adhesivo incorporado removible de base acrílica, que tiene que tener un "Tack" final de menos de 400 N/m.

La publicidad integral supone la ocupación de zona de chapa y zona de vidrio, para lo que es necesario utilizar materiales específicos para cada zona.

Chapa: Vinilo autoadhesivo opaco removible mínimo un año. Será la duración de la campaña lo que obligará a utilizar vinilos con adhesivos removibles de mayor o menor duración y también con estratos de mayor resistencia.

Vidrio: Sobre los vidrios de las ventanas o puertas el vinilo que se utilizará es del tipo microperforado, conocido como de visión por un lado "One Way vision" o un poliéster de gran transparencia de marca registrada como "Contravision".

## **19. Sistemas de impresión.**

Por tratarse de un medio de publicidad de carácter exterior, que además de soportar las radiaciones solares e inclemencias atmosféricas también sufre agresiones extras como son: pequeños roces y alcances consecuencia de la circulación urbana, vandalismo de "graffiteros", lavado periódico en el túnel de lavado, etc. Debe estar impreso mediante



procedimientos, que aseguran la calidad del anclaje de la imagen sobre el sustrato donde se imprime de forma que se garantice su resistencias: al roce, a las radiaciones de la luz solar y a las inclemencias atmosféricas, durante un periodo de tiempo que se requiera.

Hasta la fecha los dos procedimientos reconocidos son: Serigrafía, con tintas resistentes a la radiación UVA.

Digital en sus diferentes sistemas. En este caso, sólo consideramos aquellos que por su calidad se ajustan a los requerimientos de calidad de imagen y resistencia al exterior.

## 20. Materiales homologados

Desde la introducción de la publicidad , a pesar de no existir normativa al respecto, se solicitó a los proveedores de este producto, que los vinilos a utilizar fueran los que tienen adhesivo removible.

A continuación relacionamos aquellos materiales que conocemos que han funcionado correctamente y otros que las propias casas fabricantes garantizan siempre que se cumplan los requisitos técnicos referenciados en sus boletines correspondientes.

### Para decorar sobre chapa.

Marca	Serie	Sistemas de impresión	Duración garantizada
Avery Dennison	TP100	Serigrafía	1 año
Avery Dennison	1800 Screen removable	Serigrafía	2 años
Avery Dennison	MPI 3001	Digital ink jet	1 año
3M	9001/8114	Serigrafía	2 años
3M	3540/8114 Comply	Serigrafía	2 años
3M	8648/8936	Digital	3 años
3M	8645/8935	Digital	6 meses
3M	8646/8935	Digital	1 año
3M	8635/8935 Comply	Digital	1 año

### Para decorar sobre vidrios.

Marca	Serie	Sistemas de impresión	Duración garantizada
Avery Dennison	6551	SerigrafialDigital	1 año
3M	8171/1920	Serigrafía	1 año

Los materiales homologados son los de dos marcas reconocidas, con amplia experiencia en este mercado. Esto no quiere decir que la lista sea cerrada. La lista se actualizará anualmente con incorporaciones de materiales siguiendo las novedades aparecidas en el mercado. Para ello se realizarán las pruebas que consideremos adecuadas, con la participación expresa del productor de vinilo, impresor (transformador) y colocadores de los vinilos impresos.

### **21. Procedimiento.**

Los materiales impresos destinados para la Publicidad en los autobuses de nuestra flota irán acompañados de su correspondiente guía de identificación.

La guía la cumplimentará el proveedor que ha ganado el concurso o petición de la producción. La guía estará cumplimentada obligatoriamente en todos los datos que hacen referencia a:

Campaña, período de contratación, número de autobuses contratados.

Los materiales empleados para chapa y vidrios con indicación de la marca y serie, distribuidor oficial donde se han adquirido, consumibles empleados para su impresión y elementos de protección utilizados, irá firmada por una persona responsable de la empresa que ha realizado la impresión y será conformada por la persona de la empresa exclusivista que haya realizado el control de calidad y su aceptación final.

Un modelo tipo del impreso se adjunta en el anexo 2. Esta guía responsabilizará a la empresa suministradora de que los materiales utilizados corresponden a algunos de los indicados en la relación de materiales homologados. Este documento servirá para realizar incluso, a posteriori, las posibles reclamaciones acerca de los materiales empleados y revisar la normativa, si fuera necesario, una vez comprobadas las deficiencias que se hayan producido.

Por los volúmenes conseguidos de vinilo aplicado sobre nuestros autobuses, solicitaremos la colaboración de los fabricantes de vinilo para que aseguren la identificación sobre el "liner" (normalmente hecho de papel siliconado que sirve de soporte del vinilo), de la marca y serie del vinilo homologado y así asegurar su control final. Transitoriamente y mientras no esté asegurado el marcaje de los materiales se considerará como materiales preferentes aquellos que lleven la marca impresa sobre el "liner". Entendemos que los materiales blancos (la mayoría promocionales) se prestan a ser confundidos con otros materiales de características y calidades inferiores.

Los colocadores tienen nuestra autorización para poder rechazar la colocación de aquellos materiales que no cumplan los requerimientos de homologación indicados.

Después de la descolocación de una Publicidad Integral se deberá limpiar a fondo la superficie de chapa y vidrio, de forma que no queden restos de adhesivo. Es muy importante que esta operación se realice con la máxima pulcritud. Se penalizará a las empresas que no cumplan con este requerimiento.

La acumulación de restos de adhesivo daña la pintura de la chapa y obliga a realizar mantenimientos de pintura periódicos, con el consiguiente incremento de gasto y problemas de programación por inmovilización de materia móvil.

Esta terminantemente prohibido la aplicación directa sobre la chapa de utensilios punzantes y/o cortantes ("cutters", cuchillas, etc.) Cualquier corte que alcance a la pintura la deteriora y debilita. Es la zona por donde posteriormente se iniciarán los procesos de desconche de la pintura.

### **Criterios de adjudicación**

La adjudicación se hará mediante una valoración global de las propuestas, y recaerá sobre el licitador que, en su conjunto, presente la oferta más ventajosa. Para su determinación se aplicarán los siguientes criterios, por orden de mayor a menor importancia sobre una totalidad de 100 puntos:

- **(60 puntos)** Importe del Canon Anual Mínimo Garantizado (CAMG) y Fórmula de participación sobre las ventas netas.
- **(20 puntos )** Plan comercial. Plan comercial en general. Previsión de ventas con indicación de la facturación neta prevista por anualidades del contrato. Estrategia de ventas
- **(10 puntos)** Recursos humanos y materiales asignados a la actividad publicitaria objeto del concurso.
- **(10 puntos )** Mejoras ofertadas no contenidas en los criterios anteriores.

# **ANEXOS . MODELOS DE OFERTA ECONÓMICA**

**Anexo I. OFERTA ECONÓMICA. CANON ANUAL**

Oferta 1 - Publicidad Estándar			
AÑO	% SOBRE FACTURACIÓN NETA	PREVISIÓN FACTURACIÓN NETA	CANON ANUAL MÍNIMO GARANTIZADO
2011			
2012			
2013			
2014			

Oferta II - Publicidad Integral			
AÑO	SOBRE FACTURACIÓN NETA	PREVISIÓN FACTURACIÓN NETA	CANON ANUAL MÍNIMO GARANTIZADO
2011			
2012			
2013			
2014			

**Anexo II. OFERTA ECONÓMICA. CANON POR AUTOBÚS TIPO.**

**OFERTA 1 - PUBLICIDAD TRASERAS**

AÑO	CANON ANUAL MÍNIMO	FACTURACIÓN PREVISTA	PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN
2011			
2012			
2013			
2014			

**OFERTA 2 - PUBLICIDAD INTEGRAL**

AÑO	CANON ANUAL MÍNIMO	FACTURACIÓN PREVISTA	PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN
2011			
2012			
2013			
2014			