



Pliego de condiciones técnicas para el contrato de explotación de la publicidad de los autobuses de la E.M.T.- Palma.



INDICE DE CONTENIDOS

1. OBJETO
 2. IDENTIFICACIÓN DE LAS PARTES
 3. DURACIÓN DEL CONTRATO
 4. PRESENTACIÓN DE OFERTAS
 5. CONDICIONES ECONÓMICAS
 6. ESPACIOS PUBLICITARIOS EN LA FLOTA
 - 6.1 PUBLICIDAD EXTERIOR
 - 6.2. PUBLICIDAD INTERIOR
 - 6.3 CONDICIONES GENERALES DE LA PUBLICIDAD
 7. CONDICIONES TÉCNICAS PARTICULARES
 - 7.1 COMPOSICIÓN DE LA FLOTA
 - 7.2 RESERVA USO VEHÍCULOS PARA CAMPAÑAS PROPIAS
 - 7.3 MODIFICACIONES DE FLOTA
 8. OTRAS CONDICIONES
 - 8.1 CONDICIONES BASICAS Y FACULTADES DE EMT
 - 8.2 DISPONIBILIDAD DE LOS AUTOBUSES
 - 8.3 ASIGNACION DE AUTOBUSES Y PRESTACIÓN DEL SERVICIO
 9. PLANES DE ACCIÓN
 - 9.1 PLAN DE ACTUACIÓN COMERCIAL
 - 9.2 PLAN DE RECURSOS HUMANOS
 10. OBLIGACIONES DEL ADJUDICATARIO
 - 10.1 OBLIGACIONES LABORALES
 - 10.2 OBLIGACIONES DE SELECCION DE PUBLICIDAD
 - 10.3 OBLIGACIONES COMERCIALES
 - 10.4 OBLIGACIONES DE INSERCIÓN Y RETIRADA DE PUBLICIDAD
 - 10.5 OBLIGACIONES ECONOMICAS: PAGO DEL CANON Y AUDITORÍA
 11. PENALIZACIONES
 12. OBLIGACIONES DE EMT-PALMA
 13. RESPONSABILIDAD POR DAÑOS Y PERJUICIOS
 14. RECLAMACIONES
 15. CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN
- ANEXO Nº I: UTILIZACIÓN DE ESPACIOS PUBLICITARIOS EN LA FLOTA DE EMT-PALMA

1. OBJETO

El objeto del presente concurso por procedimiento abierto y trámite ordinario es la adjudicación de la explotación de la publicidad gráfica en el interior y exterior de los autobuses que explota esta sociedad.

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 4 años a contar desde la firma del acta de inicio del servicio, pudiéndose prorrogar facultativamente para la EMT-Palma y obligatorio para el adjudicatario, por un año más.

4. PRESENTACIÓN DE OFERTAS

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

Los licitadores deberán presentar ofertas para la publicidad interior y exterior. No se admitirán ofertas parciales, referidas solo a la publicidad interior o solo a la exterior.

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.

Plazo y lugar de presentación

Las ofertas podrán ser presentadas hasta las 14:00 horas del día límite señalado en el anuncio del concurso en los servicios jurídicos de la EMT-Palma, sito 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 1.500.000 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. CONDICIONES ECONÓMICAS

La oferta económica se presentará en el modelo recogido en el Anexo 1 e incluirá los precios correspondientes al canon anual ofertado para cada uno de los años de vigencia de la adjudicación.

Se establece un canon anual mínimo garantizado (CAMG) a abonar por el adjudicatario a EMT-PALMA, como contraprestación por la cesión del uso de sus autobuses, para la explotación publicitaria **del interior y exterior de los mismos**.

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.

El CAMG será el ofertado por el adjudicatario en el concurso, que deberá ser como mínimo de 235.000 €.

Este canon se facturará mensualmente por el importe de una doceava y se abonará a sesenta días.

6. ESPACIOS PUBLICITARIOS EN LA FLOTA

6.1. PUBLICIDAD EXTERIOR.

Para la publicidad exterior existen diferentes modalidades las cuales cumplirán todas ellas las condiciones generales de la publicidad exterior establecidas en el apartado 6.2 y en los croquis correspondientes:

a) Traseras simple

Publicidad trasera será considerada como tal exclusivamente gráfica y estática mediante vinilos autoadhesivos.

Este formato vendrá definido bajo los siguientes requisitos: en 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 deberá incorporar el logo de la EMT-Palma y el número de autobús, debiendo de ser repuesto en la chapa por el licitador una vez retirado el vinilo. La trasera supondrá la ocupación de chapa y cristal.

b) Trasera semi integral

- **Semi integral estándar:** Se conformará desde el eje trasero final, entendiéndose como tal la última rueda trasera del vehículo a partir del cual se podrá ocupar los laterales y la trasera en las mismas condiciones que las establecidas en el apartado anterior.

- **Semi integral articulado:** Se permite la decoración en ambos lados de la sección trasera articulada del autobús siguiendo las indicaciones de las condiciones generales de publicidad exterior y de los croquis correspondientes. Esta tipología de publicidad será exclusivamente para vehículos articulados.

c)) Traseras plus

Se permite la decoración de chapa y vidrio, así como, en el lateral izquierdo, hasta la puerta trasera y en el lateral derecho hasta el cristal lateral.

d) Bus integral

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

Trasera: ocupación de chapa y vidrio.

Laterales: ocupación de chapa y cristal de acuerdo a las condiciones generales y el croquis adjunto.

El vidrio de la puerta delantera del lateral derecho no podrá ocuparse, así como el vidrio de la ventana del conductor del lateral izquierdo.

Dicha publicidad se efectuará tal y como se detalla en el presente Pliego de Condiciones Técnicas, y cumpliendo el protocolo de publicidad establecido por EMT, mediante los medios, sistemas y procedimientos que se mencionan en los mismos.

e) Bus integral articulado

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

Trasera: ocupación de chapa y vidrio

Laterales: ocupación de chapa y cristal de acuerdo a las condiciones generales. Respetando las zonas de articulación en ambos laterales.

El vidrio de la puerta delantera del lateral derecho no podrá ocuparse, así como el vidrio de la ventana del conductor del lateral izquierdo.

Dicha publicidad se efectuará tal y como se detalla en el presente Pliego de Condiciones Técnicas, y cumpliendo el protocolo de publicidad establecido por EMT, mediante los medios, sistemas y procedimientos que se mencionan en los mismos.

f) Murales:

- **Mural trasero:** se permite la decoración en la zona del portón, se excluye específicamente la publicidad en la zona del cristal.

- **Mural lateral simple:** se permite la decoración en la zona central del autobús derecho o izquierdo.

- **Mural lateral doble:** se permite la decoración en la zona central del autobús derecho o izquierdo.

6.2. PUBLICIDAD INTERIOR.

Se define como publicidad interior la explotación publicitaria tanto estática como audiovisual en el interior de los autobuses de EMT-Palma, de acuerdo con los presentes pliegos.

Para la explotación de la publicidad en los soportes de publicidad interior de los vehículos, EMT-Palma no tiene experiencia directa en la explotación de esta publicidad, por ello, 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 durante la duración del contrato, 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,

En cualquier caso la explotación de los futuros soportes publicitarios que pudieran producirse, así como los materiales empleados para ello, requerirá la autorización expresa y por escrito de la EMT-Palma, y en se estará a lo dispuesto en el apartado 6.3 Condiciones generales de la publicidad.

6.3. CONDICIONES GENERALES DE LA PUBLICIDAD.

Cualquier tipo de lámina adhesiva a instalar en los vehículos será de calidad contrastada y aprobada previamente por EMT. Se utilizarán adhesivos removibles, que permitiendo una buena sujeción a la superficie de los vehículos, sean fáciles de eliminar sin dejar restos de adhesivo en las superficies o arrancar la pintura de los vehículos.

Al inicio del contrato la empresa adjudicataria presentará una muestra de los vinilos u otros materiales que utilizará en la colocación de anuncios en el exterior e interior de la flota, con descripción de sus características y presentación de las fichas técnicas de los mismos, que deberán obtener el visto bueno de la EMT-Palma para su utilización. Cualquier cambio de material que el adjudicatario realice durante el transcurso del contrato, para la colocación de anuncios en interior o exterior de los vehículos, deberá contar siempre y en todo caso con la autorización de la EMT.

Las láminas adhesivas publicitarias a instalar en los cristales tanto interiores como exteriores serán de vinilo micro perforado y estarán debidamente homologadas para dicho uso y serán instaladas de acuerdo a la normativa vigente aplicable.

Deberán llevar la marca correspondiente a la homologación para uso en cristales en cada una de las láminas adheridas a los diferentes cristales perfectamente visible desde la parte exterior e interior del cristal, y se dejará un borde perimetral de al menos 10 mm desde el final de la moldura de todos los cristales hasta los bordes de la lámina, garantizando que la rotura de un cristal no produzca la retención de parte de él por la continuidad del vinilo.

En el caso de las láminas montadas sobre vidrios o material de acristalamiento, que estén marcados como ventana de socorro, salida de emergencia o puertas de acceso o evacuación o cualquier marca de significado equivalente, no se ocupará más de una tercera parte de superficie de la ventana o puerta correspondiente. No obstante es aconsejable que los diseños gráficos no ocupen las ventanas de emergencia.

En el anexo nº I de este pliego se adjunta croquis para la correcta utilización de los espacios publicitarios susceptibles de vinilar en los diferentes modelos que componen la flota de EMT-Palma.

Las superficies marcadas en anaranjado en el croquis de los vehículos mencionado en el párrafo anterior pertenecen a salidas de emergencia.

Las superficies marcadas en rojo no llevarán laminas adhesivas del contratista.

En cualquier caso se dejarán libres de publicidad los siguientes espacios:

Partes frontal, superior e inferior del vehículo, parachoques delantero y trasero con los codos que lo enlazan con los laterales, rejillas de ventilación o aire acondicionado, indicadores luminosos o reflectantes, anagramas, iconografía o señalización, mandos o botones de apertura de emergencia de las puerta, cerraduras, etiquetas indicadoras, cámaras de seguridad, partes calientes de la chapa, trampillas y zona circundante de suministro de combustible o urea, partes móviles del vehículo. Tampoco llevarán publicidad o láminas adhesivas del contratista las superficies comprendidas entre el eje delantero del autobús y la parte frontal del mismo, y las superficies marcadas en rojo en los croquis adjuntos.

En el caso de las trampillas de acceso del vehículo (baterías, motor, filtros, etc.) así como las ventanas de ventilación y las juntas de panelado de la chapa, deberán recortarse de manera que permanezcan accesibles. En todos los casos deben respetarse los elementos corporativos de la propia EMT, los indicadores de línea, numeraciones de autobús, homologaciones, señalización y grafismos propios del vehículo o del servicio.

El adjudicatario será responsable de los daños que puedan producirse por la instalación de las láminas, incluyendo la eliminación de restos de láminas o adhesivo, la restauración de señalizaciones, pinturas, anagramas, o cualquier otro daño causado por la instalación, el uso o la eliminación de los vinilos y estará obligado a reponer a su coste los materiales y mano de obra necesaria para reparar dichos daños, 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.

Así mismo el adjudicatario deberá reponer en el menor tiempo posible, aquellos vinilos, o trozos de láminas, que por causa de rotura o desprendimiento, por motivos de uso de uso del vehículo (tren de lavado, inclemencias meteorológicas, pequeños siniestros etc...) afecten a la imagen de la publicidad expuesta en los vehículos.

Cada año o a petición de EMT se eliminarán todos los restos de adhesivos o de láminas, restaurando el vehículo a las condiciones iniciales de acuerdo al protocolo establecido por EMT.

La instalación de las láminas adhesivas publicitarias cumplirá con las disposiciones legales y con el protocolo de control de campañas de publicidad de EMT que establezca EMT y que se adjuntar con el fin de garantizar la seguridad de los vehículos, su funcionalidad, su conservación y la logística del servicio de transporte público de EMT.

En cualquier caso el vehículo al que se le instale publicidad deberá cumplir en todo momento las condiciones para superar positivamente la Inspección Técnica de Vehículos.

En caso de que un autobús sea rechazado por la ITV, o sea detectado por EMT con

láminas adhesivas instaladas de forma incorrecta o que incumplan la normativa o las condiciones de estos pliegos, EMT podrá proceder a la eliminación inmediata de las mismas, siendo a cargo del contratista los gastos ocasionados no pudiendo este resarcirse del daño ocasionado por dicha eliminación o por el lucro cesante que se pudiera ocasionar.

Normativa aplicable de obligado cumplimiento:

Orden ITC/1992/2010, de 14 de julio, por la que se determinan las condiciones técnicas que deben cumplir las láminas de material plástico destinadas a ser adheridas a los vidrios de seguridad y materiales para acristalamiento de los vehículos en servicio, o norma equivalente vigente en cada momento.

-Manual de procedimiento de inspección de las estaciones ITV actualizado en cada momento a la última edición. Ministerio de Industria, Ciencia y Tecnología.

-Directiva 2014/45/UE del Parlamento Europeo y del Consejo de 3 de abril de 2014, relativa a las inspecciones técnicas periódicas de los vehículos de motor y de sus remolques y su correspondiente normativa derivada.

-Directiva 2001/85/CE, relativa a los vehículos para transporte de viajeros con mas de 8 plazas.

-Real Decreto 866/2010: Real Decreto, por el que se regula la tramitación de las reformas de vehículos.

-Real Decreto 2822/1998: Real Decreto, por el que se aprueba el Reglamento General de Vehículos.

-Real Decreto 750/2010: Real Decreto, por el que se dictan normas sobre homologación de vehículos de motor y sus remolques, máquinas autopropulsadas o remolcadas, vehículos agrícolas, así como de sistemas, partes y piezas de dichos vehículos.

-Real Decreto 711/2006: Real Decreto, por el que se modifican reales decretos relativos a la ITV y a la homologación de vehículos, sus partes y piezas, y se modifica el Reglamento General de Vehículos, aprobado por real decreto 2822/1998 de 23 de diciembre.

7. CONDICIONES TÉCNICAS PARTICULARES

7.1. COMPOSICIÓN DE LA FLOTA.

Sin perjuicio de lo expuesto en el artículo 7.3 (Modificaciones de la flota), el número y modelo de los autobuses destinado a explotación de la publicidad es el siguiente en el momento del inicio del contrato:

MARCA	MODELO	UNID.
MERCEDES	CITARO EMT 12 m	89
MERCEDES	CITARO EMT 18 m	26
MERCEDES	CITARO K 10,5 m	11
IVECO	CITELIS 12 m.	22
IVECO	CITELIS 18 m.	18
IVECO	CITELIS GNC 12 m.	10
IVECO	CITELIS GNC 18 m.	2

El total de autobuses destinados a soporte publicitario son 178 unidades.

7.2. RESERVA DE USO DE VEHICULOS PARA CAMPAÑAS PROPIAS

EMT-PALMA se reserva para campañas propias o del Ayuntamiento de Palma, 6 autobuses sin que tenga que pagar precio o disminución de canon. En el caso de que las campañas sean propias de la EMT-Palma, el adjudicatario se obliga a la producción y colocación sin coste alguno para la EMT Palma. En el caso de campañas provenientes de diferentes áreas del Ayuntamiento, estas deberán asumir el coste de producción y colocación.

Esta reserva podrá ser gestionada por el ofertante siempre que EMT-PALMA no haga uso de la misma.

7.3. MODIFICACIÓN DE FLOTA

La flota comercializable actual está compuesta por 178 vehículos. No obstante esta podrá ser objeto de sustitución, reducción, o ampliación. Ante cualquier modificación de la flota descrita anteriormente. EMT-PALMA establecerá el tipo de soporte y la ubicación tanto en publicidad interior como exterior, que será objeto de explotación. La ampliación/reducción de la flota no dará lugar al aumento/disminución del canon , salvo que dicha variación supere el 10% del número de vehículos actuales, en cuyo caso la cuantía del canon se ajustará proporcionalmente a dicha variación, aumentando o disminuyendo el mismo, por la totalidad del aumento o disminución.

8. OTRAS CONDICIONES

8.1. 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.

El adjudicatario no podrá efectuar reclamación alguna ni solicitar indemnización ni compensación económica ni de ninguna otra clase por la siguientes causas:

- Por el tiempo en que no pueda hacer publicidad, ni por cambios en el número, extensión, situación, etc. de los soportes publicitarios.
- Por el cambio, la reducción o la suspensión del servicio o por el cierre del servicio por causa de huelga o fuerza mayor.
- Por la no circulación de los vehículos por causas de revisión, reparación, reorganización 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: El adjudicatario deberá informar de este aspecto a los clientes que formalicen los contratos para la publicidad.

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, repercutiendo el coste de dicha retirada la adjudicatario.

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, no responde a criterios de buen nivel de calidad, comercial, técnico, estético, no se adecua a los criterios de comercialización de los soportes establecidos, o no cumple con los requisitos establecidos para la Inspección Técnica de Vehículos, sin que el adjudicatario pueda oponerse a tal decisión y sin que ello dé 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.

8.2. 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, siempre que no se encuentren inmovilizados por averías, siniestros, o cualquier otra circunstancia operativa de EMT-Palma. Las condiciones de dicha disponibilidad se establecerán de común acuerdo entre las partes, siendo el principio rector de dichas condiciones, reducir al máximo la inmovilización de los vehículos, por lo que de forma general se realizarán todos los trabajos durante la noche, los fines de semana y los días festivos. Sólo en casos excepcionales y siempre que para la organización de la EMT sea posible, podrá autorizarse el vinilado de buses fuera de estos horarios.

8.3. 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.

En el caso de que alguno de los autobuses que componen la flota inicialmente ofertada causase baja, o fuera substituido por otro, el adjudicatario procederá a la colocación a su cargo, de la publicidad, en el vehículo substituto.

9. PLANES DE ACCIÓN

9.1. PLAN DE ACTUACIÓN COMERCIAL.

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

-Política comercial en general y la aplicable en EMT.

-Previsión de ventas con indicación de la facturación neta prevista por anualidades de vigencia del contrato.

-Política tarifaria y de descuentos aplicable en el primer año de adjudicación y previsiones para el siguiente.

-Estrategia de ventas. Se valorará la inclusión de un argumentario del soporte basado en la puesta en valor del espacio publicitario frente a otros soportes en la ciudad (vallas, mobiliario urbano, etc.), así como el compromiso de invertir recursos en estudiar, monitorizar y analizar el impacto del soporte a nivel nacional y local en comparación con las otras opciones disponibles.

También se valorarán propuestas comerciales novedosas para los espacios de interior del bus.

-Gestión informatizada: que deberá de realizarse con un sistema compatible con el de EMT a efectos de facilitar los datos de Explotación, comerciales, etc., para el control de EMT.

El plan de actuación comercial deberá de especificar y presentar los siguientes modelos de documentación necesaria para el correcto seguimiento por parte de EMT 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; Bruta, Descuentos (%) y Conceptos de aplicación. Neto resultante
- Cuadro de fijaciones y retirada de la publicidad
- Planning de mantenimiento de los soportes
- Clientes en exclusiva

Adicionalmente, explicarán el personal que asignarán directa o indirectamente a la explotación de la publicidad en los autobuses de EMT.

9.2. PLAN DE RECURSOS HUMANOS.

Las empresas oferentes deberán tener al menos y de manera obligatoria, en el caso de salir adjudicatarias, una persona para la gestión y comercialización propia, dedicado al soporte en la ciudad de Palma y desarrollando su trabajo en dicha ciudad, con responsabilidad comercial, de planificación y coordinación con EMT-Palma.

10. OBLIGACIONES DEL ADJUDICATARIO

10.1. OBLIGACIONES LABORALES.

El adjudicatario vendrá obligado, 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 deberá cumplir el plan de coordinación interempresarial en materia de prevención establecido para las instalaciones de la EMT Palma, así mismo 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 de las 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.

10.2. OBLIGACIONES DE SELECCIÓN DE 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 la empresa ofertante estará obligada a enviar a EMT-PALMA con una antelación de diez días de la fecha de inicio de la campaña publicitaria en concreto, el contenido a exhibir mediante boceto a escala y color, especificando la duración de la campaña, el total de vehículos que serán vinilados y el número de cada autobús (referencia interna de la EMT) en que se colocará, el precio acordado por la campaña, especificando cualquier tipo de rapel o descuento que previamente haya sido autorizado por EMT, siguiendo la plantilla o formulario de autorización que se proporcionará por parte de EMT, reservándose ésta 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. Así mismo la EMT podrá solicitar al adjudicatario la presentación del contrato firmado con la empresa que se publicita, como requisito previo para emitir la autorización. La exhibición en los autobuses de campañas que no coincidan con los bocetos aprobados previamente por EMT será considerada como incumplimiento muy grave y causa justificada para la resolución del contrato.

La empresa adjudicataria estará obligada a seguir el protocolo de actuación para la solicitud de la inserción publicitaria, la colocación de vinilos y desrotulación de los mismos, que la EMT-Palma anexará al 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

10.3. OBLIGACIONES COMERCIALES.

El adjudicatario y EMT-PALMA definirán, de común acuerdo, la política comercial y de tarifas 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.

El adjudicatario estará obligado a solicitar autorización previa a EMT-Palma para la aplicación de descuentos, rappels o cualquier modificación de la tarifa estándar establecida para cada formato publicitario.

El adjudicatario estará obligado a presentar el día 30 de cada mes y en soporte informático, la documentación referida al mes anterior, y el acumulado, del total de vehículos que vinilados, el número de cada autobús, tarifas, plazos de exhibición publicitaria, fecha de inicio y finalización de la campaña, descuentos, etc., según formato que indique la EMT, con la finalidad de comprobar el importe de la facturación neta sobre los que se aplicará el porcentaje correspondiente de canon.

El adjudicatario del contrato estará obligado a establecer una sede comercial en el municipio de Palma de Mallorca, que contará con una persona para la gestión y comercialización propia, dedicado al soporte en la ciudad de Palma y desarrollando su trabajo en dicha ciudad, con responsabilidad comercial, de planificación y coordinación con EMT-Palma. Se dará un plazo de 30 días desde la firma del contrato para cumplir con dicha obligación, realizándose la pertinente acta de conformidad e inicio del contrato por parte de EMT-Palma.

Cualquier cambio de ubicación de la mencionada sede comercial a lo largo del contrato se deberá informar puntualmente a EMT-Palma.

A requerimiento de la EMT se estará obligado a realizar cuantas reuniones fuesen pertinentes a efectos de rendir cuentas sobre la información que EMT-Palma considere relevante, así como al seguimiento de indicadores esenciales, como facturación, evolución del % de descuento etc.

10.4. OBLIGACIONES DE INSERCIÓN Y RETIRADA DE PUBLICIDAD.

El adjudicatario estará obligado a:

- 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.
- Los desechos producidos por los trabajos de inserción o retirada de la publicidad deberán ser retirados por el adjudicatario 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.

En el momento de retirar la publicidad, las superficies donde se hubiera colocado deberán quedar en perfecto estado, sin restos de vinilo, pegamento o cola y sin que su retirada produzca roturas o desperfectos en la pintura o chapa de los autobuses. En caso de que desde la EMT se advirtiese la existencia de los mismos, la adjudicataria, en el plazo de 3 días deberá proceder a su reparación de acuerdo con las instrucciones de los responsables de mantenimiento de flota de EMT, y en caso de incumplimiento se realizará directamente por la EMT, a cargo de la empresa adjudicataria. En cualquiera de los casos en que el adjudicatario deteriore la pintura o la chapa 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 (iva incluido).

A requerimiento de EMT el adjudicatario estará obligado a realizar cuantas reuniones fuesen pertinentes a efectos de seguimiento y control de las tareas de colocación y desrotulación de la publicidad en los autobuses y en especial en relación con los requisitos de ITV.

10.5. OBLIGACIONES ECONÓMICAS: PAGO DEL CANON Y AUDITORIA

El adjudicatario estará obligado a efectuar el pago del canon anual mínimo garantizado (CAMG) que hubiera ofertado, en los términos previstos en el apartado 5. *CONDICIONES ECONÓMICAS: PAGO DEL CANON Y AUDITORÍA*, de los presentes pliegos

La empresa adjudicataria está obligada a admitir que una firma de Auditoría independiente, designada por EMT, pueda realizar una fiscalización de la explotación de la publicidad objeto de este contrato. A tal fin, pondrá a disposición de la firma designada, la contabilidad, facturas, contratos y comprobantes que estén vinculados a la comercialización de los soportes objeto de este contrato y le facilitará las explicaciones que le sean requeridas. Dicha documentación deberá presentarse o remitirse a la sede del adjudicatario en Palma de Mallorca, en el plazo que para ello se establezca.

La auditoría deberá estar concluida en un plazo máximo de dos meses a contar desde el día en que la EMT inste a la adjudicataria a su realización.

Así mismo, los costes de realización de dicha auditoría serán sufragados al 50% entre la adjudicataria y la EMT-Palma.

11. PENALIZACIONES

Cualquier incumplimiento de las obligaciones del adjudicatario derivadas de este pliego de prescripciones técnicas será motivo suficiente para que la EMT-Palma no autorice la inserción de anuncios publicitarios en los autobuses hasta que se cumplan las mencionadas obligaciones sin derecho a indemnización alguna y persistiendo la obligación del pago de canon estipulado.

En el caso que la empresa adjudicataria se demore en el pago de cualquier cuota del CAMG 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 dos puntos, y si este fuese festivo, el primer día hábil siguiente.

Así mismo, dicha demora de más de 15 días en el pago de cualquier cuota del CAMG será motivo suficiente de resolución del contrato, sin derecho a indemnización alguna por parte del adjudicatario.

12. OBLIGACIONES DE EMT-PALMA

EMT-PALMA se compromete a dar las facilidades necesarias al adjudicatario y a su personal 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 anuncios, el adjudicatario solicitará la aprobación previa de EMT-Palma. Estos trabajos deben realizarse en horas en que no afecten o interrumpan el servicio en EMT. las operaciones de fijación, limpieza y conservación, no podrán realizarse en horas de servicio, debiendo realizarse a la conclusión del mismo.
- EMT-Palma autorizará en su caso a los empleados o personal contratado por el adjudicatario, para que puedan realizar en las instalaciones de la EMT y en los autobuses, las operaciones correspondientes, en los horarios establecidos al efecto, para lo que el adjudicatario solicitará, para cada caso a EMT, el correspondiente permiso, que será concedido en su caso, en los términos y de acuerdo con las normas establecidas por el área de operaciones y mantenimiento de EMT y recogidas en el protocolo de actuación que se anexará al contrato.
- Los escombros y restos de materiales producidos por estas operaciones deberán ser retirados y la zona utilizada deberá quedar completamente limpia de y expedita por el adjudicatario, estando obligada a cumplir con la normativa de actuación para efectuar los vertidos en los lugares o contenedores adecuados.
- Cualquier otra que se derive del contrato.

13. RESPONSABILIDAD POR DAÑOS Y PERJUICIOS

Durante la instalación de la publicidad 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.

14. 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.

15. CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN

La adjudicación se hará mediante una valoración global de las propuestas, y recaerá sobre el licitador que presente la oferta que obtenga mayor puntuación. Para su determinación se aplicarán los siguientes criterios:

- PRECIO (70 puntos)

Canon Anual Mínimo Garantizado:

El CAMG anual es de 235.000 euros.

Se dará 0 puntos a la oferta económica que iguale al precio de licitación y un máximo de 70 puntos a la mejor oferta económica, mediante la aplicación de la fórmula:

$$P = M * (Po - PL) / (PM - PL)$$

P = Puntuación de ofertas

M = Puntuación máxima

PL = Importe de licitación

Po = Importe de la oferta a valorar

PM = Importe mejor oferta económica

- PLAN COMERCIAL (30 puntos)

Se valorará el plan técnico y de comercialización del producto en Palma de Mallorca, la organización y medios para llevarlo a cabo, con el objetivo de garantizar/acreditar que el citado plan comercial constituye aporte suficiente para garantizar el canon anual fijo comprometido por la empresa ofertante, teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

- Plan técnico y de comercialización: estrategia de ventas
- Inversión en recursos para estudiar y analizar el impacto del soporte a nivel local en comparación con otras opciones disponibles.
- Cartera de clientes potenciales
- Propuestas para espacios novedosos de interior
- Otros aspectos de interés para la explotación de la publicidad