

España – Servicios de publicidad y de marketing – ACUERDO MARCO PARA LA COMPRA DIRECTA DE ESPACIOS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE ÁMBITO LOCAL PARA LA INSERCIÓN DE CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL DEL AYUNTAMIENTO DE PAMPLONA

OJ S 35/2025 19/02/2025

Anuncio de adjudicación de contrato o concesión. Régimen normal

Servicios

1. Comprador

1.1. Comprador

Denominación oficial: AYUNTAMIENTO DE PAMPLONA

Correo electrónico: pamplona@pamplona.es

Naturaleza jurídica del comprador: Autoridad local

Actividad del poder adjudicador: Servicios públicos generales

2. Procedimiento

2.1. Procedimiento

Título: ACUERDO MARCO PARA LA COMPRA DIRECTA DE ESPACIOS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE ÁMBITO LOCAL PARA LA INSERCIÓN DE CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL DEL AYUNTAMIENTO DE PAMPLONA

Descripción: El objeto del contrato es fijar las condiciones para la contratación directa de espacios para la inserción de anuncios y otros productos de comunicación del Ayuntamiento de Pamplona con los diversos medios de comunicación privados de ámbito local (prensa escrita, prensa digital, radio y televisión)

Identificador del procedimiento: f8fe0ab9-e8be-4e5e-b3cb-8d4cd8085749

Anuncio anterior: 364569-2024

Identificador interno: ACUERDO_MARCO/2024/5

Tipo de procedimiento: Abierto

2.1.1. Finalidad

Naturaleza del contrato: Servicios

Clasificación principal (cpv): 79340000 Servicios de publicidad y de marketing

2.1.2. Lugar de ejecución

Subdivisión del país (NUTS): Navarra (ES220)

País: España

2.1.3. Valor

Valor estimado, IVA excluido: 495 867,76 EUR

2.1.4. Información general

Base jurídica:

Otro

5. Lote

5.1. Lote: LOT-0001

Título: PRENSA ESCRITA

Descripción: Compra directa de espacios de prensa escrita para la inserción de anuncios

Identificador interno: LOTE_1_PRENSA_ESCRITA

5.1.1. Finalidad

Naturaleza del contrato: Servicios

Clasificación principal (cpv): 79341000 Servicios de publicidad

5.1.2. Lugar de ejecución

Subdivisión del país (NUTS): Navarra (ES220)

País: España

5.1.5. Valor

Valor estimado, IVA excluido: 138 842,98 EUR

5.1.6. Información general

Proyecto de contratación pública no financiado con fondos de la UE

La contratación pública está cubierta por el Acuerdo sobre Contratación Pública (ACP): sí

Información sobre anuncios anteriores:

Identificador del anuncio anterior: 364569-2024

Identificador de la parte del anuncio anterior: 364569-2024

5.1.10. Criterios de adjudicación

Criterio:

Tipo: Calidad

Nombre: AUDIENCIA DEL MEDIO

Descripción: 1) AUDIENCIA DEL MEDIO DE COMUNICACIÓN (GENERAL): HASTA 50 PUNTOS En cada lote, se valorará con hasta 50 puntos la audiencia de los medios de comunicación de dicho lote. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación con mayor audiencia, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su audiencia. Se otorgarán los puntos en función de la siguiente fórmula: $P_i = (A_i \times P_{max}) / A_{max}$ Siendo: P_i = puntuación correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote. A_i = dato de audiencia correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote. P_{max} = puntuación máxima correspondiente al medio de comunicación con mayor audiencia (= 50 puntos). A_{max} = dato de audiencia del medio de comunicación con mayor audiencia del lote. Para valorar dicha audiencia en los lotes 1, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 11 y 12 (prensa escrita, radio y televisión, respectivamente) deberán aportarse los datos del último estudio de medios publicado por el Centro de Investigación y Estudios Sociales (CÍES) (Estudio de medios correspondiente a la primera Ola de 2024). En el caso de los lotes 2, 6 y 10 (prensa digital), datos de audiencia de enero a abril de 2024 (ambos inclusive) certificados por GFK (datos de usuarios únicos y audiencia media) o, en su defecto, datos publicados por CIES (dato usuarios únicos y audiencia media).

Ponderación (porcentaje, exacto): 50

Criterio:

Tipo: Precio

Nombre: PROPUESTA ECONÓMICA

Descripción: 2) PROPUESTA ECONÓMICA: HASTA 30 PUNTOS Para los lotes de prensa escrita, prensa digital y televisión, tanto en castellano como en euskera, La propuesta económica consistirá en un descuento sobre los precios de tarifas oficiales del medio en todos y cada uno de productos publicitarios. Se tratará de un único porcentaje que se aplicará a los

diferentes precios oficiales del medio (módulos, encartes, spots, banners, etc.). El porcentaje se expresará con un máximo de dos decimales. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación con mayor descuento, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su descuento. Se otorgarán los puntos en función de la siguiente fórmula: $P_i = (D_i \times P_{max}) / D_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote D_i = Porcentaje de descuento sobre todos sus precios oficiales ofertado por el medio de comunicación a valorar expresado con un máximo de dos decimales. P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la propuesta económica del lote con mayor oferta (= 30 puntos). D_{max} = Porcentaje de descuento del medio que ha ofertado el descuento máximo sobre todos sus precios oficiales expresado con un máximo de dos decimales. - Para los lotes de radio, tanto general como en euskera, la oferta económica constará de dos apartados: - Oferta económica para las emisiones del espacio informativo "Día a día tu ciudad": hasta 20 puntos. La propuesta económica consistirá en un descuento sobre el precio de mercado para la emisión de "Día a día tu ciudad", de un minuto de duración, que se emitirá de lunes a viernes en la franja nacional matinal y en la franja local: - 10 puntos: precio de mercado para prime time (de lunes a viernes de 7.00 a 10.00 horas): 90 euros - 10 puntos: precio de mercado para horario local (de lunes a viernes de 12.30 a 14 horas): 45 euros Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación con mayor descuento, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su descuento. Se otorgarán los puntos en función de la siguiente fórmula: $P_i = (D_i \times P_{max}) / D_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote D_i = Porcentaje de descuento sobre el precio de mercado fijado en el pliego P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la propuesta económica del lote con mayor oferta (= 20 puntos) D_{max} = Porcentaje de descuento del medio que ha ofertado el descuento máximo sobre los precios de mercado para la emisión del "Día a día tu ciudad" - Oferta económica para la emisión de campañas municipales: hasta 10 puntos. La propuesta económica consistirá en un descuento sobre los precios de tarifas oficiales del medio en todos y cada uno de productos publicitarios. Se tratará de un único porcentaje que se aplicará a los diferentes precios oficiales del medio. El porcentaje se expresará con un máximo de dos decimales. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación con mayor descuento, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su descuento. Se otorgarán los puntos en función de la siguiente fórmula: $P_i = (D_i \times P_{max}) / D_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote. D_i = Porcentaje de descuento sobre todos sus precios oficiales ofertado por el medio de comunicación a valorar expresado con un máximo de dos decimales. P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la propuesta económica del lote con mayor oferta (= 10 puntos). D_{max} = Porcentaje de descuento del medio que ha ofertado el descuento máximo sobre todos sus precios oficiales expresado con un máximo de dos decimales.

Ponderación (porcentaje, exacto): 30

Criterio:

Tipo: Calidad

Nombre: MEJORAS PROPUESTAS

Descripción: 3) MEJORAS PROPUESTAS POR LOS MEDIOS: HASTA 10 PUNTOS En los lotes Prensa escrita, tanto general como en euskera: Módulos de anuncios en color: hasta 10 puntos. Número de módulos de anuncios impresos en color sin cargo adicional para el Ayuntamiento de Pamplona (se abonaría el precio en blanco y negro). Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación que oferte el mayor número de dichos módulos, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su

oferta, conforme a la siguiente fórmula: $P_i = (N_i \times P_{max}) / N_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente a la mejora propuesta por el medio a valorar N_i = Número de módulos de anuncios impresos en color sin cargo adicional para el Ayuntamiento de Pamplona ofertados en la mejora propuesta P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la mejora propuesta que oferte el mayor número de módulos de anuncios impresos en color sin cargo adicional para el Ayuntamiento de Pamplona (= 10 puntos) N_{max} = Número de módulos de anuncios impresos en color sin cargo adicional para el Ayuntamiento de Pamplona ofertados en la mejor mejora propuesta. En los lotes Prensa digital, tanto en general como en euskera: Brand days: hasta 10 puntos. Número de brand days sin cargo adicional ofertados para campañas del Ayuntamiento de Pamplona con inversión superior a los 3.000 euros. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación que oferte el mayor número de brand days, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su oferta, conforme a la siguiente fórmula: $P_i = (N_i \times P_{max}) / N_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente a la mejora propuesta por el medio a valorar. N_i = Número de brand days ofertados en la mejora propuesta. P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la mejora propuesta que oferte el mayor número de brand days (= 10 puntos). N_{max} = Número de brand days ofertados en la mejor mejora propuesta. En los lotes Radio, tanto general como en euskera: Cuñas de 30 segundos: hasta 10 puntos. Número de cuñas de 30 segundos ofertadas para campañas del Ayuntamiento de Pamplona a precio de cuñas de 20 segundos. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación que oferte el mayor número de dichas cuñas, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su oferta, conforme a la siguiente fórmula: $P_i = (N_i \times P_{max}) / N_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente a la mejora propuesta por el medio a valorar N_i = Número de cuñas de 30 segundos ofertadas al precio de cuñas de 20 segundos en la mejora propuesta P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la mejora propuesta que oferte el mayor número de cuñas de 30 segundos al precio de cuñas de 20 segundos (= 10 puntos) N_{max} = Número de cuñas de 30 segundos al precio de cuñas de 20 segundos ofertado en la mejor mejora propuesta En los lotes Televisión, tanto general como en euskera Spots de 30 segundos: hasta 10 puntos. Número de spots de 30 segundos ofertados para campañas del Ayuntamiento de Pamplona a precio de spots de 20 segundos. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación que oferte el mayor número de dichos spots, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su oferta, conforme a la siguiente fórmula: $P_i = (N_i \times P_{max}) / N_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente a la mejora propuesta por el medio a valorar N_i = Número de spots de 30 segundos ofertados al precio de spots de 20 segundos en la mejora propuesta P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la mejora propuesta que oferte el mayor número de spots de 30 segundos al precio de spots de 20 segundos (= 10 puntos) N_{max} = Número de spots de 30 segundos al precio de spots de 20 segundos ofertado en la mejor mejora propuesta.

Ponderación (porcentaje, exacto): 10

Criterio:

Tipo: Calidad

Nombre: CRITERIOS SOCIALES

Descripción: 4) CRITERIOS SOCIALES: 10 PUNTOS Por la aprobación y difusión de un protocolo específico para el empleo de lenguaje de género en la empresa, de modo que toda la documentación, publicidad, imagen o material que se genere con motivo de la ejecución del contrato, utilice un uso no sexista del lenguaje, evite cualquier imagen discriminatoria de las mujeres o estereotipos sexistas y fomente una imagen con valores de igualdad, presencia

equilibrada, diversidad, corresponsabilidad y pluralidad de roles e identidades de género. Posteriormente, la licitadora que resulte adjudicataria deberá presentar el protocolo.

Ponderación (porcentaje, exacto): 10

5.1.12. Condiciones de la contratación pública

Información sobre los plazos de revisión: - Reclamación especial en materia de contratación pública ante el TRIBUNAL ADMINISTRATIVO DE CONTRATOS PÚBLICOS de Navarra en el plazo de Diez días naturales contados a partir del día siguiente al de la notificación del acto impugnado cuando se recurran los actos de licitación y de adjudicación por parte de los licitadores. En el caso de que se impugne un acto de exclusión de un licitador o la adjudicación, el plazo se computará a partir del día siguiente al de la notificación de la información preceptiva que establece el artículo 124.2 de la Ley Foral de Contratos Públicos de Navarra. - Recurso CONTENCIOSO-ADMINISTRATIVO ante la Sala de lo Contencioso-Admvº del T.S.J. de Navarra en el plazo de DOS MESES desde el día siguiente al de notificación de esta resolución; o bien, - Recurso de ALZADA ante el Tribunal Administrativo de Navarra dentro del MES siguiente a la fecha de notificación de esta resolución.

5.1.15. Técnicas

Acuerdo marco: Acuerdo marco con convocatoria de nueva licitación

Información sobre el sistema dinámico de adquisición: Ningún sistema dinámico de adquisición

Subasta electrónica: no

5.1.16. Información adicional, mediación y recurso

Organización encargada de los procedimientos de recurso: AYUNTAMIENTO DE PAMPLONA

Organización que proporciona más información sobre los procedimientos de recurso:

AYUNTAMIENTO DE PAMPLONA

TED eSender: Publications Office of the European Union

5.1. Lote: LOT-0002

Título: PRENSA DIGITAL

Descripción: Compra directa de espacios de prensa digital para la inserción de anuncios

Identificador interno: LOTE_2_PRENSA_DIGITAL

5.1.1. Finalidad

Naturaleza del contrato: Servicios

Clasificación principal (cpv): 79341000 Servicios de publicidad

5.1.2. Lugar de ejecución

Subdivisión del país (NUTS): Navarra (ES220)

País: España

5.1.5. Valor

Valor estimado, IVA excluido: 132 231,40 EUR

5.1.6. Información general

Proyecto de contratación pública no financiado con fondos de la UE

La contratación pública está cubierta por el Acuerdo sobre Contratación Pública (ACP): sí

Información sobre anuncios anteriores:

Identificador del anuncio anterior: 364569-2024

5.1.10. Criterios de adjudicación

Criterio:

Tipo: Calidad

Nombre: AUDIENCIA DEL MEDIO

Descripción: 1) AUDIENCIA DEL MEDIO DE COMUNICACIÓN (GENERAL): HASTA 50 PUNTOS En cada lote, se valorará con hasta 50 puntos la audiencia de los medios de comunicación de dicho lote. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación con mayor audiencia, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su audiencia. Se otorgarán los puntos en función de la siguiente fórmula: $P_i = (A_i \times P_{max}) / A_{max}$ Siendo: P_i = puntuación correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote. A_i = dato de audiencia correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote. P_{max} = puntuación máxima correspondiente al medio de comunicación con mayor audiencia (= 50 puntos). A_{max} = dato de audiencia del medio de comunicación con mayor audiencia del lote. Para valorar dicha audiencia en los lotes 1, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 11 y 12 (prensa escrita, radio y televisión, respectivamente) deberán aportarse los datos del último estudio de medios publicado por el Centro de Investigación y Estudios Sociales (CÍES) (Estudio de medios correspondiente a la primera Ola de 2024). En el caso de los lotes 2, 6 y 10 (prensa digital), datos de audiencia de enero a abril de 2024 (ambos inclusive) certificados por GFK (datos de usuarios únicos y audiencia media) o, en su defecto, datos publicados por CIES (dato usuarios únicos y audiencia media).

Ponderación (porcentaje, exacto): 50

Criterio:

Tipo: Precio

Nombre: PROPUESTA ECONÓMICA

Descripción: 2) PROPUESTA ECONÓMICA: HASTA 30 PUNTOS Para los lotes de prensa escrita, prensa digital y televisión, tanto en castellano como en euskera, La propuesta económica consistirá en un descuento sobre los precios de tarifas oficiales del medio en todos y cada uno de productos publicitarios. Se tratará de un único porcentaje que se aplicará a los diferentes precios oficiales del medio (módulos, encartes, spots, banners, etc.). El porcentaje se expresará con un máximo de dos decimales. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación con mayor descuento, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su descuento. Se otorgarán los puntos en función de la siguiente fórmula: $P_i = (D_i \times P_{max}) / D_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote D_i = Porcentaje de descuento sobre todos sus precios oficiales ofertado por el medio de comunicación a valorar expresado con un máximo de dos decimales. P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la propuesta económica del lote con mayor oferta (= 30 puntos). D_{max} = Porcentaje de descuento del medio que ha ofertado el descuento máximo sobre todos sus precios oficiales expresado con un máximo de dos decimales. - Para los lotes de radio, tanto general como en euskera, la oferta económica constará de dos apartados: - Oferta económica para las emisiones del espacio informativo "Día a día tu ciudad": hasta 20 puntos. La propuesta económica consistirá en un descuento sobre el precio de mercado para la emisión de "Día a día tu ciudad", de un minuto de duración, que se emitirá de lunes a viernes en la franja nacional matinal y en la franja local: - 10 puntos: precio de mercado para prime time (de lunes a viernes de 7.00 a 10.00 horas): 90 euros - 10 puntos: precio de mercado para horario local (de lunes a viernes de 12.30 a 14 horas): 45 euros Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación con mayor descuento, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su descuento. Se otorgarán los puntos en función de la siguiente fórmula: $P_i = (D_i \times P_{max}) / D_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote D_i = Porcentaje de descuento sobre el precio de mercado fijado en el pliego P_{max} =

Puntuación máxima correspondiente a la propuesta económica del lote con mayor oferta (= 20 puntos) D_{max} = Porcentaje de descuento del medio que ha ofertado el descuento máximo sobre los precios de mercado para la emisión del "Día a día tu ciudad" - Oferta económica para la emisión de campañas municipales: hasta 10 puntos. La propuesta económica consistirá en un descuento sobre los precios de tarifas oficiales del medio en todos y cada uno de productos publicitarios. Se tratará de un único porcentaje que se aplicará a los diferentes precios oficiales del medio. El porcentaje se expresará con un máximo de dos decimales. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación con mayor descuento, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su descuento. Se otorgarán los puntos en función de la siguiente fórmula: $P_i = (D_i \times P_{max}) / D_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote. D_i = Porcentaje de descuento sobre todos sus precios oficiales ofertado por el medio de comunicación a valorar expresado con un máximo de dos decimales. P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la propuesta económica del lote con mayor oferta (= 10 puntos). D_{max} = Porcentaje de descuento del medio que ha ofertado el descuento máximo sobre todos sus precios oficiales expresado con un máximo de dos decimales.

Ponderación (porcentaje, exacto): 30

Criterio:

Tipo: Calidad

Nombre: MEJORAS PROPUESTAS

Descripción: 3) MEJORAS PROPUESTAS POR LOS MEDIOS: HASTA 10 PUNTOS En los lotes Prensa escrita, tanto general como en euskera: Módulos de anuncios en color: hasta 10 puntos. Número de módulos de anuncios impresos en color sin cargo adicional para el Ayuntamiento de Pamplona (se abonaría el precio en blanco y negro). Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación que oferte el mayor número de dichos módulos, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su oferta, conforme a la siguiente fórmula: $P_i = (N_i \times P_{max}) / N_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente a la mejora propuesta por el medio a valorar N_i = Número de módulos de anuncios impresos en color sin cargo adicional para el Ayuntamiento de Pamplona ofertados en la mejora propuesta P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la mejora propuesta que oferte el mayor número de módulos de anuncios impresos en color sin cargo adicional para el Ayuntamiento de Pamplona (= 10 puntos) N_{max} = Número de módulos de anuncios impresos en color sin cargo adicional para el Ayuntamiento de Pamplona ofertados en la mejor mejora propuesta. En los lotes Prensa digital, tanto en general como en euskera: Brand days: hasta 10 puntos. Número de brand days sin cargo adicional ofertados para campañas del Ayuntamiento de Pamplona con inversión superior a los 3.000 euros. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación que oferte el mayor número de brand days, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su oferta, conforme a la siguiente fórmula: $P_i = (N_i \times P_{max}) / N_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente a la mejora propuesta por el medio a valorar. N_i = Número de brand days ofertados en la mejora propuesta. P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la mejora propuesta que oferte el mayor número de brand days (= 10 puntos). N_{max} = Número de brand days ofertados en la mejor mejora propuesta. En los lotes Radio, tanto general como en euskera: Cuñas de 30 segundos: hasta 10 puntos. Número de cuñas de 30 segundos ofertadas para campañas del Ayuntamiento de Pamplona a precio de cuñas de 20 segundos. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación que oferte el mayor número de dichas cuñas, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su oferta, conforme a la siguiente fórmula: $P_i = (N_i \times P_{max}) / N_{max}$ Siendo: P_i

= Puntuación correspondiente a la mejora propuesta por el medio a valorar N_i = Número de cuñas de 30 segundos ofertadas al precio de cuñas de 20 segundos en la mejora propuesta P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la mejora propuesta que oferte el mayor número de cuñas de 30 segundos al precio de cuñas de 20 segundos (= 10 puntos) N_{max} = Número de cuñas de 30 segundos al precio de cuñas de 20 segundos ofertado en la mejor mejora propuesta En los lotes Televisión, tanto general como en euskera: Spots de 30 segundos: hasta 10 puntos. Número de spots de 30 segundos ofertados para campañas del Ayuntamiento de Pamplona a precio de spots de 20 segundos. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación que oferte el mayor número de dichos spots, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su oferta, conforme a la siguiente fórmula: $P_i = (N_i \times P_{max}) / N_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente a la mejora propuesta por el medio a valorar N_i = Número de spots de 30 segundos ofertados al precio de spots de 20 segundos en la mejora propuesta P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la mejora propuesta que oferte el mayor número de spots de 30 segundos al precio de spots de 20 segundos (= 10 puntos) N_{max} = Número de spots de 30 segundos al precio de spots de 20 segundos ofertado en la mejor mejora propuesta.

Ponderación (porcentaje, exacto): 10

Criterio:

Tipo: Calidad

Nombre: CRITERIOS SOCIALES

Descripción: 4) CRITERIOS SOCIALES: 10 PUNTOS Por la aprobación y difusión de un protocolo específico para el empleo de lenguaje de género en la empresa, de modo que toda la documentación, publicidad, imagen o material que se genere con motivo de la ejecución del contrato, utilice un uso no sexista del lenguaje, evite cualquier imagen discriminatoria de las mujeres o estereotipos sexistas y fomente una imagen con valores de igualdad, presencia equilibrada, diversidad, corresponsabilidad y pluralidad de roles e identidades de género. Posteriormente, la licitadora que resulte adjudicataria deberá presentar el protocolo.

Ponderación (porcentaje, exacto): 10

5.1.12. Condiciones de la contratación pública

Información sobre los plazos de revisión: - Reclamación especial en materia de contratación pública ante el TRIBUNAL ADMINISTRATIVO DE CONTRATOS PÚBLICOS de Navarra en el plazo de Diez días naturales contados a partir del día siguiente al de la notificación del acto impugnado cuando se recurran los actos de licitación y de adjudicación por parte de los licitadores. En el caso de que se impugne un acto de exclusión de un licitador o la adjudicación, el plazo se computará a partir del día siguiente al de la notificación de la información preceptiva que establece el artículo 124.2 de la Ley Foral de Contratos Públicos de Navarra. - Recurso CONTENCIOSO-ADMINISTRATIVO ante la Sala de lo Contencioso-Admivº del T.S.J. de Navarra en el plazo de DOS MESES desde el día siguiente al de notificación de esta resolución; o bien, - Recurso de ALZADA ante el Tribunal Administrativo de Navarra dentro del MES siguiente a la fecha de notificación de esta resolución.

5.1.15. Técnicas

Acuerdo marco: Acuerdo marco con convocatoria de nueva licitación

Información sobre el sistema dinámico de adquisición: Ningún sistema dinámico de adquisición

Subasta electrónica: no

5.1.16. Información adicional, mediación y recurso

Organización encargada de los procedimientos de recurso: AYUNTAMIENTO DE PAMPLONA
Organización que proporciona más información sobre los procedimientos de recurso:
AYUNTAMIENTO DE PAMPLONA
TED eSender: Publications Office of the European Union

5.1. Lote: LOT-0003

Título: RADIO

Descripción: Compra directa de espacios de radio para la inserción de anuncios

Identificador interno: LOTE_3_RADIO

5.1.1. Finalidad

Naturaleza del contrato: Servicios

Clasificación principal (cpv): 79341000 Servicios de publicidad

5.1.2. Lugar de ejecución

Subdivisión del país (NUTS): Navarra (ES220)

País: España

5.1.5. Valor

Valor estimado, IVA excluido: 85 950,41 EUR

5.1.6. Información general

Proyecto de contratación pública no financiado con fondos de la UE

La contratación pública está cubierta por el Acuerdo sobre Contratación Pública (ACP): sí

Información sobre anuncios anteriores:

Identificador del anuncio anterior: 364569-2024

Identificador de la parte del anuncio anterior: 364569-2024

5.1.10. Criterios de adjudicación

Criterio:

Tipo: Calidad

Nombre: AUDIENCIA DEL MEDIO

Descripción: 1) AUDIENCIA DEL MEDIO DE COMUNICACIÓN (GENERAL): HASTA 50 PUNTOS En cada lote, se valorará con hasta 50 puntos la audiencia de los medios de comunicación de dicho lote. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación con mayor audiencia, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su audiencia. Se otorgarán los puntos en función de la siguiente fórmula: $P_i = (A_i \times P_{max}) / A_{max}$ Siendo: P_i = puntuación correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote. A_i = dato de audiencia correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote. P_{max} = puntuación máxima correspondiente al medio de comunicación con mayor audiencia (= 50 puntos). A_{max} = dato de audiencia del medio de comunicación con mayor audiencia del lote. Para valorar dicha audiencia en los lotes 1, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 11 y 12 (prensa escrita, radio y televisión, respectivamente) deberán aportarse los datos del último estudio de medios publicado por el Centro de Investigación y Estudios Sociales (CÍES) (Estudio de medios correspondiente a la primera Ola de 2024). En el caso de los lotes 2, 6 y 10 (prensa digital), datos de audiencia de enero a abril de 2024 (ambos inclusive) certificados por GFK (datos de usuarios únicos y audiencia media) o, en su defecto, datos publicados por CIES (dato usuarios únicos y audiencia media).

Ponderación (porcentaje, exacto): 50

Criterio:

Tipo: Precio

Nombre: PROPUESTA ECONÓMICA

Descripción: 2) PROPUESTA ECONÓMICA: HASTA 30 PUNTOS Para los lotes de prensa escrita, prensa digital y televisión, tanto en castellano como en euskera, La propuesta económica consistirá en un descuento sobre los precios de tarifas oficiales del medio en todos y cada uno de productos publicitarios. Se tratará de un único porcentaje que se aplicará a los diferentes precios oficiales del medio (módulos, encartes, spots, banners, etc.). El porcentaje se expresará con un máximo de dos decimales. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación con mayor descuento, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su descuento. Se otorgarán los puntos en función de la siguiente fórmula: $P_i = (D_i \times P_{max}) / D_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote D_i = Porcentaje de descuento sobre todos sus precios oficiales ofertado por el medio de comunicación a valorar expresado con un máximo de dos decimales. P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la propuesta económica del lote con mayor oferta (= 30 puntos). D_{max} = Porcentaje de descuento del medio que ha ofertado el descuento máximo sobre todos sus precios oficiales expresado con un máximo de dos decimales. - Para los lotes de radio, tanto general como en euskera, la oferta económica constará de dos apartados: - Oferta económica para las emisiones del espacio informativo "Día a día tu ciudad": hasta 20 puntos. La propuesta económica consistirá en un descuento sobre el precio de mercado para la emisión de "Día a día tu ciudad", de un minuto de duración, que se emitirá de lunes a viernes en la franja nacional matinal y en la franja local: - 10 puntos: precio de mercado para prime time (de lunes a viernes de 7.00 a 10.00 horas): 90 euros - 10 puntos: precio de mercado para horario local (de lunes a viernes de 12.30 a 14 horas): 45 euros Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación con mayor descuento, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su descuento. Se otorgarán los puntos en función de la siguiente fórmula: $P_i = (D_i \times P_{max}) / D_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote D_i = Porcentaje de descuento sobre el precio de mercado fijado en el pliego P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la propuesta económica del lote con mayor oferta (= 20 puntos) D_{max} = Porcentaje de descuento del medio que ha ofertado el descuento máximo sobre los precios de mercado para la emisión del "Día a día tu ciudad" - Oferta económica para la emisión de campañas municipales: hasta 10 puntos. La propuesta económica consistirá en un descuento sobre los precios de tarifas oficiales del medio en todos y cada uno de productos publicitarios. Se tratará de un único porcentaje que se aplicará a los diferentes precios oficiales del medio. El porcentaje se expresará con un máximo de dos decimales. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación con mayor descuento, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su descuento. Se otorgarán los puntos en función de la siguiente fórmula: $P_i = (D_i \times P_{max}) / D_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote. D_i = Porcentaje de descuento sobre todos sus precios oficiales ofertado por el medio de comunicación a valorar expresado con un máximo de dos decimales. P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la propuesta económica del lote con mayor oferta (= 10 puntos). D_{max} = Porcentaje de descuento del medio que ha ofertado el descuento máximo sobre todos sus precios oficiales expresado con un máximo de dos decimales.

Ponderación (porcentaje, exacto): 30

Criterio:

Tipo: Calidad

Nombre: MEJORAS PROPUESTAS

Descripción: 3) MEJORAS PROPUESTAS POR LOS MEDIOS: HASTA 10 PUNTOS En los lotes Prensa escrita, tanto general como en euskera: Módulos de anuncios en color: hasta 10 puntos. Número de módulos de anuncios impresos en color sin cargo adicional para el Ayuntamiento de Pamplona (se abonaría el precio en blanco y negro). Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación que oferte el mayor número de dichos módulos, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su oferta, conforme a la siguiente fórmula: $P_i = (N_i \times P_{max}) / N_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente a la mejora propuesta por el medio a valorar N_i = Número de módulos de anuncios impresos en color sin cargo adicional para el Ayuntamiento de Pamplona ofertados en la mejora propuesta P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la mejora propuesta que oferte el mayor número de módulos de anuncios impresos en color sin cargo adicional para el Ayuntamiento de Pamplona (= 10 puntos) N_{max} = Número de módulos de anuncios impresos en color sin cargo adicional para el Ayuntamiento de Pamplona ofertados en la mejor mejora propuesta. En los lotes Prensa digital, tanto en general como en euskera: Brand days: hasta 10 puntos. Número de brand days sin cargo adicional ofertados para campañas del Ayuntamiento de Pamplona con inversión superior a los 3.000 euros. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación que oferte el mayor número de brand days, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su oferta, conforme a la siguiente fórmula: $P_i = (N_i \times P_{max}) / N_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente a la mejora propuesta por el medio a valorar. N_i = Número de brand days ofertados en la mejora propuesta. P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la mejora propuesta que oferte el mayor número de brand days (= 10 puntos). N_{max} = Número de brand days ofertados en la mejor mejora propuesta. En los lotes Radio, tanto general como en euskera: Cuñas de 30 segundos: hasta 10 puntos. Número de cuñas de 30 segundos ofertadas para campañas del Ayuntamiento de Pamplona a precio de cuñas de 20 segundos. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación que oferte el mayor número de dichas cuñas, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su oferta, conforme a la siguiente fórmula: $P_i = (N_i \times P_{max}) / N_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente a la mejora propuesta por el medio a valorar N_i = Número de cuñas de 30 segundos ofertadas al precio de cuñas de 20 segundos en la mejora propuesta P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la mejora propuesta que oferte el mayor número de cuñas de 30 segundos al precio de cuñas de 20 segundos (= 10 puntos) N_{max} = Número de cuñas de 30 segundos al precio de cuñas de 20 segundos ofertado en la mejor mejora propuesta En los lotes Televisión, tanto general como en euskera: Spots de 30 segundos: hasta 10 puntos. Número de spots de 30 segundos ofertados para campañas del Ayuntamiento de Pamplona a precio de spots de 20 segundos. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación que oferte el mayor número de dichos spots, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su oferta, conforme a la siguiente fórmula: $P_i = (N_i \times P_{max}) / N_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente a la mejora propuesta por el medio a valorar N_i = Número de spots de 30 segundos ofertados al precio de spots de 20 segundos en la mejora propuesta P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la mejora propuesta que oferte el mayor número de spots de 30 segundos al precio de spots de 20 segundos (= 10 puntos) N_{max} = Número de spots de 30 segundos al precio de spots de 20 segundos ofertado en la mejor mejora propuesta.

Ponderación (porcentaje, exacto): 10

Criterio:

Tipo: Calidad

Nombre: CRITERIOS SOCIALES

Descripción: 4) CRITERIOS SOCIALES: 10 PUNTOS Por la aprobación y difusión de un protocolo específico para el empleo de lenguaje de género en la empresa, de modo que toda la documentación, publicidad, imagen o material que se genere con motivo de la ejecución del contrato, utilice un uso no sexista del lenguaje, evite cualquier imagen discriminatoria de las mujeres o estereotipos sexistas y fomente una imagen con valores de igualdad, presencia equilibrada, diversidad, corresponsabilidad y pluralidad de roles e identidades de género. Posteriormente, la licitadora que resulte adjudicataria deberá presentar el protocolo.

Ponderación (porcentaje, exacto): 10

5.1.12. Condiciones de la contratación pública

Información sobre los plazos de revisión: - Reclamación especial en materia de contratación pública ante el TRIBUNAL ADMINISTRATIVO DE CONTRATOS PÚBLICOS de Navarra en el plazo de Diez días naturales contados a partir del día siguiente al de la notificación del acto impugnado cuando se recurran los actos de licitación y de adjudicación por parte de los licitadores. En el caso de que se impugne un acto de exclusión de un licitador o la adjudicación, el plazo se computará a partir del día siguiente al de la notificación de la información preceptiva que establece el artículo 124.2 de la Ley Foral de Contratos Públicos de Navarra. - Recurso CONTENCIOSO-ADMINISTRATIVO ante la Sala de lo Contencioso-Admvº del T.S.J. de Navarra en el plazo de DOS MESES desde el día siguiente al de notificación de esta resolución; o bien, - Recurso de ALZADA ante el Tribunal Administrativo de Navarra dentro del MES siguiente a la fecha de notificación de esta resolución.

5.1.15. Técnicas

Acuerdo marco: Acuerdo marco con convocatoria de nueva licitación

Información sobre el sistema dinámico de adquisición: Ningún sistema dinámico de adquisición

Subasta electrónica: no

5.1.16. Información adicional, mediación y recurso

Organización encargada de los procedimientos de recurso: AYUNTAMIENTO DE PAMPLONA

Organización que proporciona más información sobre los procedimientos de recurso:

AYUNTAMIENTO DE PAMPLONA

TED eSender: Publications Office of the European Union

5.1. Lote: LOT-0004

Título: TELEVISIÓN

Descripción: Compra directa de espacios de televisión para la inserción de anuncios

Identificador interno: LOTE_4_TELEVISIÓN

5.1.1. Finalidad

Naturaleza del contrato: Servicios

Clasificación principal (cpv): 79341000 Servicios de publicidad

5.1.2. Lugar de ejecución

Subdivisión del país (NUTS): Navarra (ES220)

País: España

5.1.5. Valor

Valor estimado, IVA excluido: 39 669,42 EUR

5.1.6. Información general

Proyecto de contratación pública no financiado con fondos de la UE

La contratación pública está cubierta por el Acuerdo sobre Contratación Pública (ACP): sí

Información sobre anuncios anteriores:

Identificador del anuncio anterior: 364569-2024

Identificador de la parte del anuncio anterior: 364569-2024

5.1.10. Criterios de adjudicación

Criterio:

Tipo: Calidad

Nombre: AUDIENCIA DEL MEDIO

Descripción: 1) AUDIENCIA DEL MEDIO DE COMUNICACIÓN (GENERAL): HASTA 50 PUNTOS En cada lote, se valorará con hasta 50 puntos la audiencia de los medios de comunicación de dicho lote. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación con mayor audiencia, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su audiencia. Se otorgarán los puntos en función de la siguiente fórmula: $P_i = (A_i \times P_{max}) / A_{max}$ Siendo: P_i = puntuación correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote. A_i = dato de audiencia correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote. P_{max} = puntuación máxima correspondiente al medio de comunicación con mayor audiencia (= 50 puntos). A_{max} = dato de audiencia del medio de comunicación con mayor audiencia del lote. Para valorar dicha audiencia en los lotes 1, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 11 y 12 (prensa escrita, radio y televisión, respectivamente) deberán aportarse los datos del último estudio de medios publicado por el Centro de Investigación y Estudios Sociales (CÍES) (Estudio de medios correspondiente a la primera Ola de 2024). En el caso de los lotes 2, 6 y 10 (prensa digital), datos de audiencia de enero a abril de 2024 (ambos inclusive) certificados por GFK (datos de usuarios únicos y audiencia media) o, en su defecto, datos publicados por CIES (dato usuarios únicos y audiencia media).

Ponderación (porcentaje, exacto): 50

Criterio:

Tipo: Precio

Nombre: PROPUESTA ECONÓMICA

Descripción: 2) PROPUESTA ECONÓMICA: HASTA 30 PUNTOS Para los lotes de prensa escrita, prensa digital y televisión, tanto en castellano como en euskera, La propuesta económica consistirá en un descuento sobre los precios de tarifas oficiales del medio en todos y cada uno de productos publicitarios. Se tratará de un único porcentaje que se aplicará a los diferentes precios oficiales del medio (módulos, encartes, spots, banners, etc.). El porcentaje se expresará con un máximo de dos decimales. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación con mayor descuento, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su descuento. Se otorgarán los puntos en función de la siguiente fórmula: $P_i = (D_i \times P_{max}) / D_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote D_i = Porcentaje de descuento sobre todos sus precios oficiales ofertado por el medio de comunicación a valorar expresado con un máximo de dos decimales. P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la propuesta económica del lote con mayor oferta (= 30 puntos). D_{max} = Porcentaje de descuento del medio que ha ofertado el descuento máximo sobre todos sus precios oficiales expresado con un máximo de dos decimales. - Para los lotes de radio, tanto general como en euskera, la oferta económica constará de dos apartados: - Oferta económica para las emisiones del espacio informativo "Día a día tu ciudad": hasta 20 puntos. La propuesta económica consistirá en un descuento sobre el precio de mercado para la emisión de "Día a día tu ciudad", de un minuto de duración, que se emitirá de lunes a viernes en la franja nacional matinal y en la franja local: - 10 puntos: precio de mercado para prime time (de lunes a viernes de 7.00 a 10.00 horas): 90

euros - 10 puntos: precio de mercado para horario local (de lunes a viernes de 12.30 a 14 horas): 45 euros Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación con mayor descuento, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su descuento. Se otorgarán los puntos en función de la siguiente fórmula: $P_i = (D_i \times P_{max}) / D_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote D_i = Porcentaje de descuento sobre el precio de mercado fijado en el pliego P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la propuesta económica del lote con mayor oferta (= 20 puntos) D_{max} = Porcentaje de descuento del medio que ha ofertado el descuento máximo sobre los precios de mercado para la emisión del "Día a día tu ciudad" - Oferta económica para la emisión de campañas municipales: hasta 10 puntos. La propuesta económica consistirá en un descuento sobre los precios de tarifas oficiales del medio en todos y cada uno de productos publicitarios. Se tratará de un único porcentaje que se aplicará a los diferentes precios oficiales del medio. El porcentaje se expresará con un máximo de dos decimales. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación con mayor descuento, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su descuento. Se otorgarán los puntos en función de la siguiente fórmula: $P_i = (D_i \times P_{max}) / D_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote. D_i = Porcentaje de descuento sobre todos sus precios oficiales ofertado por el medio de comunicación a valorar expresado con un máximo de dos decimales. P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la propuesta económica del lote con mayor oferta (= 10 puntos). D_{max} = Porcentaje de descuento del medio que ha ofertado el descuento máximo sobre todos sus precios oficiales expresado con un máximo de dos decimales.

Ponderación (porcentaje, exacto): 30

Criterio:

Tipo: Calidad

Nombre: MEJORAS PROPUESTAS

Descripción: 3) MEJORAS PROPUESTAS POR LOS MEDIOS: HASTA 10 PUNTOS En los lotes Prensa escrita, tanto general como en euskera: Módulos de anuncios en color: hasta 10 puntos. Número de módulos de anuncios impresos en color sin cargo adicional para el Ayuntamiento de Pamplona (se abonaría el precio en blanco y negro). Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación que oferte el mayor número de dichos módulos, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su oferta, conforme a la siguiente fórmula: $P_i = (N_i \times P_{max}) / N_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente a la mejora propuesta por el medio a valorar N_i = Número de módulos de anuncios impresos en color sin cargo adicional para el Ayuntamiento de Pamplona ofertados en la mejora propuesta P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la mejora propuesta que oferte el mayor número de módulos de anuncios impresos en color sin cargo adicional para el Ayuntamiento de Pamplona (= 10 puntos) N_{max} = Número de módulos de anuncios impresos en color sin cargo adicional para el Ayuntamiento de Pamplona ofertados en la mejor mejora propuesta. En los lotes Prensa digital, tanto en general como en euskera: Brand days: hasta 10 puntos. Número de brand days sin cargo adicional ofertados para campañas del Ayuntamiento de Pamplona con inversión superior a los 3.000 euros. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación que oferte el mayor número de brand days, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su oferta, conforme a la siguiente fórmula: $P_i = (N_i \times P_{max}) / N_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente a la mejora propuesta por el medio a valorar. N_i = Número de brand days ofertados en la mejora propuesta. P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la mejora propuesta que oferte el mayor número de brand days (= 10 puntos). N_{max} = Número de

brand days ofertados en la mejor mejora propuesta. En los lotes Radio, tanto general como en euskera: Cuñas de 30 segundos: hasta 10 puntos. Número de cuñas de 30 segundos ofertadas para campañas del Ayuntamiento de Pamplona a precio de cuñas de 20 segundos. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación que oferte el mayor número de dichas cuñas, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su oferta, conforme a la siguiente fórmula: $P_i = (N_i \times P_{max}) / N_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente a la mejora propuesta por el medio a valorar N_i = Número de cuñas de 30 segundos ofertadas al precio de cuñas de 20 segundos en la mejora propuesta P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la mejora propuesta que oferte el mayor número de cuñas de 30 segundos al precio de cuñas de 20 segundos (= 10 puntos) N_{max} = Número de cuñas de 30 segundos al precio de cuñas de 20 segundos ofertado en la mejor mejora propuesta En los lotes Televisión, tanto general como en euskera: Spots de 30 segundos: hasta 10 puntos. Número de spots de 30 segundos ofertados para campañas del Ayuntamiento de Pamplona a precio de spots de 20 segundos. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación que oferte el mayor número de dichos spots, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su oferta, conforme a la siguiente fórmula: $P_i = (N_i \times P_{max}) / N_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente a la mejora propuesta por el medio a valorar N_i = Número de spots de 30 segundos ofertados al precio de spots de 20 segundos en la mejora propuesta P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la mejora propuesta que oferte el mayor número de spots de 30 segundos al precio de spots de 20 segundos (= 10 puntos) N_{max} = Número de spots de 30 segundos al precio de spots de 20 segundos ofertado en la mejor mejora propuesta.

Ponderación (porcentaje, exacto): 10

Criterio:

Tipo: Calidad

Nombre: CRITERIOS SOCIALES

Descripción: 4) CRITERIOS SOCIALES: 10 PUNTOS Por la aprobación y difusión de un protocolo específico para el empleo de lenguaje de género en la empresa, de modo que toda la documentación, publicidad, imagen o material que se genere con motivo de la ejecución del contrato, utilice un uso no sexista del lenguaje, evite cualquier imagen discriminatoria de las mujeres o estereotipos sexistas y fomente una imagen con valores de igualdad, presencia equilibrada, diversidad, corresponsabilidad y pluralidad de roles e identidades de género. Posteriormente, la licitadora que resulte adjudicataria deberá presentar el protocolo.

Ponderación (porcentaje, exacto): 10

5.1.12. Condiciones de la contratación pública

Información sobre los plazos de revisión: - Reclamación especial en materia de contratación pública ante el TRIBUNAL ADMINISTRATIVO DE CONTRATOS PÚBLICOS de Navarra en el plazo de Diez días naturales contados a partir del día siguiente al de la notificación del acto impugnado cuando se recurran los actos de licitación y de adjudicación por parte de los licitadores. En el caso de que se impugne un acto de exclusión de un licitador o la adjudicación, el plazo se computará a partir del día siguiente al de la notificación de la información preceptiva que establece el artículo 124.2 de la Ley Foral de Contratos Públicos de Navarra. - Recurso CONTENCIOSO-ADMINISTRATIVO ante la Sala de lo Contencioso-Adm^vº del T.S.J. de Navarra en el plazo de DOS MESES desde el día siguiente al de notificación de esta resolución; o bien, - Recurso de ALZADA ante el Tribunal Administrativo de Navarra dentro del MES siguiente a la fecha de notificación de esta resolución.

5.1.15. Técnicas

Acuerdo marco: Acuerdo marco con convocatoria de nueva licitación

Información sobre el sistema dinámico de adquisición: Ningún sistema dinámico de adquisición

Subasta electrónica: no

5.1.16. Información adicional, mediación y recurso

Organización encargada de los procedimientos de recurso: AYUNTAMIENTO DE PAMPLONA

Organización que proporciona más información sobre los procedimientos de recurso:

AYUNTAMIENTO DE PAMPLONA

TED eSender: Publications Office of the European Union

5.1. Lote: LOT-0005

Título: PRENSA ESCRITA EN EUSKERA

Descripción: Compra directa de espacios de prensa escrita en euskera para la inserción de anuncios

Identificador interno: LOTE_5_PRENSA_ESCRITA_EUSKERA_28%

5.1.1. Finalidad

Naturaleza del contrato: Servicios

Clasificación principal (cpv): 79341000 Servicios de publicidad

5.1.2. Lugar de ejecución

Subdivisión del país (NUTS): Navarra (ES220)

País: España

5.1.5. Valor

Valor estimado, IVA excluido: 29 504,13 EUR

5.1.6. Información general

Proyecto de contratación pública no financiado con fondos de la UE

La contratación pública está cubierta por el Acuerdo sobre Contratación Pública (ACP): sí

Información sobre anuncios anteriores:

Identificador del anuncio anterior: 364569-2024

Identificador de la parte del anuncio anterior: 364569-2024

5.1.10. Criterios de adjudicación

Criterio:

Tipo: Calidad

Nombre: AUDIENCIA DEL MEDIO

Descripción: 1) AUDIENCIA DEL MEDIO DE COMUNICACIÓN (GENERAL): HASTA 50 PUNTOS En cada lote, se valorará con hasta 50 puntos la audiencia de los medios de comunicación de dicho lote. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación con mayor audiencia, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su audiencia. Se otorgarán los puntos en función de la siguiente fórmula: $P_i = (A_i \times P_{max}) / A_{max}$ Siendo: P_i = puntuación correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote. A_i = dato de audiencia correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote. P_{max} = puntuación máxima correspondiente al medio de comunicación con mayor audiencia (= 50 puntos). A_{max} = dato de audiencia del medio de comunicación con mayor audiencia del lote. Para valorar dicha audiencia en los lotes 1, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 11 y 12 (prensa escrita, radio y televisión, respectivamente) deberán aportarse los datos del último estudio de medios publicado por el Centro de Investigación y Estudios Sociales (CÍES) (Estudio de medios correspondiente a la primera Ola de 2024). En el caso de

los lotes 2, 6 y 10 (prensa digital), datos de audiencia de enero a abril de 2024 (ambos inclusive) certificados por GFK (datos de usuarios únicos y audiencia media) o, en su defecto, datos publicados por CIES (dato usuarios únicos y audiencia media).

Ponderación (porcentaje, exacto): 50

Criterio:

Tipo: Precio

Nombre: PROPUESTA ECONÓMICA

Descripción: 2) PROPUESTA ECONÓMICA: HASTA 30 PUNTOS Para los lotes de prensa escrita, prensa digital y televisión, tanto en castellano como en euskera, La propuesta económica consistirá en un descuento sobre los precios de tarifas oficiales del medio en todos y cada uno de productos publicitarios. Se tratará de un único porcentaje que se aplicará a los diferentes precios oficiales del medio (módulos, encartes, spots, banners, etc.). El porcentaje se expresará con un máximo de dos decimales. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación con mayor descuento, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su descuento. Se otorgarán los puntos en función de la siguiente fórmula: $P_i = (D_i \times P_{max}) / D_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote D_i = Porcentaje de descuento sobre todos sus precios oficiales ofertado por el medio de comunicación a valorar expresado con un máximo de dos decimales. P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la propuesta económica del lote con mayor oferta (= 30 puntos). D_{max} = Porcentaje de descuento del medio que ha ofertado el descuento máximo sobre todos sus precios oficiales expresado con un máximo de dos decimales. - Para los lotes de radio, tanto general como en euskera, la oferta económica constará de dos apartados: - Oferta económica para las emisiones del espacio informativo "Día a día tu ciudad": hasta 20 puntos. La propuesta económica consistirá en un descuento sobre el precio de mercado para la emisión de "Día a día tu ciudad", de un minuto de duración, que se emitirá de lunes a viernes en la franja nacional matinal y en la franja local: - 10 puntos: precio de mercado para prime time (de lunes a viernes de 7.00 a 10.00 horas): 90 euros - 10 puntos: precio de mercado para horario local (de lunes a viernes de 12.30 a 14 horas): 45 euros Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación con mayor descuento, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su descuento. Se otorgarán los puntos en función de la siguiente fórmula: $P_i = (D_i \times P_{max}) / D_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote D_i = Porcentaje de descuento sobre el precio de mercado fijado en el pliego P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la propuesta económica del lote con mayor oferta (= 20 puntos) D_{max} = Porcentaje de descuento del medio que ha ofertado el descuento máximo sobre los precios de mercado para la emisión del "Día a día tu ciudad" - Oferta económica para la emisión de campañas municipales: hasta 10 puntos. La propuesta económica consistirá en un descuento sobre los precios de tarifas oficiales del medio en todos y cada uno de productos publicitarios. Se tratará de un único porcentaje que se aplicará a los diferentes precios oficiales del medio. El porcentaje se expresará con un máximo de dos decimales. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación con mayor descuento, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su descuento. Se otorgarán los puntos en función de la siguiente fórmula: $P_i = (D_i \times P_{max}) / D_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote. D_i = Porcentaje de descuento sobre todos sus precios oficiales ofertado por el medio de comunicación a valorar expresado con un máximo de dos decimales. P_{max} = Puntuación

máxima correspondiente a la propuesta económica del lote con mayor oferta (= 10 puntos).

Dmax = Porcentaje de descuento del medio que ha ofertado el descuento máximo sobre todos sus precios oficiales expresado con un máximo de dos decimales.

Ponderación (porcentaje, exacto): 30

Criterio:

Tipo: Calidad

Nombre: MEJORAS PROPUESTAS

Descripción: 3) MEJORAS PROPUESTAS POR LOS MEDIOS: HASTA 10 PUNTOS En los lotes Prensa escrita, tanto general como en euskera: Módulos de anuncios en color: hasta 10 puntos. Número de módulos de anuncios impresos en color sin cargo adicional para el Ayuntamiento de Pamplona (se abonaría el precio en blanco y negro). Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación que oferte el mayor número de dichos módulos, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su oferta, conforme a la siguiente fórmula: $P_i = (N_i \times P_{max}) / N_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente a la mejora propuesta por el medio a valorar N_i = Número de módulos de anuncios impresos en color sin cargo adicional para el Ayuntamiento de Pamplona ofertados en la mejora propuesta P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la mejora propuesta que oferte el mayor número de módulos de anuncios impresos en color sin cargo adicional para el Ayuntamiento de Pamplona (= 10 puntos) N_{max} = Número de módulos de anuncios impresos en color sin cargo adicional para el Ayuntamiento de Pamplona ofertados en la mejor mejora propuesta. En los lotes Prensa digital, tanto en general como en euskera: Brand days: hasta 10 puntos. Número de brand days sin cargo adicional ofertados para campañas del Ayuntamiento de Pamplona con inversión superior a los 3.000 euros. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación que oferte el mayor número de brand days, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su oferta, conforme a la siguiente fórmula: $P_i = (N_i \times P_{max}) / N_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente a la mejora propuesta por el medio a valorar. N_i = Número de brand days ofertados en la mejora propuesta. P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la mejora propuesta que oferte el mayor número de brand days (= 10 puntos). N_{max} = Número de brand days ofertados en la mejor mejora propuesta. En los lotes Radio, tanto general como en euskera: Cuñas de 30 segundos: hasta 10 puntos. Número de cuñas de 30 segundos ofertadas para campañas del Ayuntamiento de Pamplona a precio de cuñas de 20 segundos. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación que oferte el mayor número de dichas cuñas, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su oferta, conforme a la siguiente fórmula: $P_i = (N_i \times P_{max}) / N_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente a la mejora propuesta por el medio a valorar N_i = Número de cuñas de 30 segundos ofertadas al precio de cuñas de 20 segundos en la mejora propuesta P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la mejora propuesta que oferte el mayor número de cuñas de 30 segundos al precio de cuñas de 20 segundos (= 10 puntos) N_{max} = Número de cuñas de 30 segundos al precio de cuñas de 20 segundos ofertado en la mejor mejora propuesta En los lotes Televisión, tanto general como en euskera: Spots de 30 segundos: hasta 10 puntos. Número de spots de 30 segundos ofertados para campañas del Ayuntamiento de Pamplona a precio de spots de 20 segundos. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación que oferte el mayor número de dichos spots, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su oferta, conforme a la siguiente fórmula: $P_i = (N_i \times P_{max}) / N_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente a la mejora propuesta por el medio a valorar N_i = Número de spots de 30 segundos ofertados al precio de spots de 20 segundos en la mejora propuesta P_{max} =

Puntuación máxima correspondiente a la mejora propuesta que oferte el mayor número de spots de 30 segundos al precio de spots de 20 segundos (= 10 puntos) $N_{max} = \text{Número de spots de 30 segundos al precio de spots de 20 segundos ofertado en la mejor mejora propuesta}$.

Ponderación (porcentaje, exacto): 10

Criterio:

Tipo: Calidad

Nombre: CRITERIOS SOCIALES

Descripción: 4) CRITERIOS SOCIALES: 10 PUNTOS Por la aprobación y difusión de un protocolo específico para el empleo de lenguaje de género en la empresa, de modo que toda la documentación, publicidad, imagen o material que se genere con motivo de la ejecución del contrato, utilice un uso no sexista del lenguaje, evite cualquier imagen discriminatoria de las mujeres o estereotipos sexistas y fomente una imagen con valores de igualdad, presencia equilibrada, diversidad, corresponsabilidad y pluralidad de roles e identidades de género. Posteriormente, la licitadora que resulte adjudicataria deberá presentar el protocolo.

Ponderación (porcentaje, exacto): 10

5.1.12. Condiciones de la contratación pública

Información sobre los plazos de revisión: - Reclamación especial en materia de contratación pública ante el TRIBUNAL ADMINISTRATIVO DE CONTRATOS PÚBLICOS de Navarra en el plazo de Diez días naturales contados a partir del día siguiente al de la notificación del acto impugnado cuando se recurran los actos de licitación y de adjudicación por parte de los licitadores. En el caso de que se impugne un acto de exclusión de un licitador o la adjudicación, el plazo se computará a partir del día siguiente al de la notificación de la información preceptiva que establece el artículo 124.2 de la Ley Foral de Contratos Públicos de Navarra. - Recurso CONTENCIOSO-ADMINISTRATIVO ante la Sala de lo Contencioso-Adm^vº del T.S.J. de Navarra en el plazo de DOS MESES desde el día siguiente al de notificación de esta resolución; o bien, - Recurso de ALZADA ante el Tribunal Administrativo de Navarra dentro del MES siguiente a la fecha de notificación de esta resolución.

5.1.15. Técnicas

Acuerdo marco: Acuerdo marco con convocatoria de nueva licitación

Información sobre el sistema dinámico de adquisición: Ningún sistema dinámico de adquisición

Subasta electrónica: no

5.1.16. Información adicional, mediación y recurso

Organización encargada de los procedimientos de recurso: AYUNTAMIENTO DE PAMPLONA

Organización que proporciona más información sobre los procedimientos de recurso:

AYUNTAMIENTO DE PAMPLONA

TED eSender: Publications Office of the European Union

5.1. Lote: LOT-0006

Título: PRENSA DIGITAL EN EUSKERA

Descripción: Compra directa de espacios de prensa digital en euskera para la inserción de anuncios

Identificador interno: LOTE_6_PRENSA_DIGITAL_EUSKERA_28%

5.1.1. Finalidad

Naturaleza del contrato: Servicios

Clasificación principal (cpv): 79341000 Servicios de publicidad

5.1.2. Lugar de ejecución

Subdivisión del país (NUTS): Navarra (ES220)

País: España

5.1.5. Valor

Valor estimado, IVA excluido: 29 504,13 EUR

5.1.6. Información general

Proyecto de contratación pública no financiado con fondos de la UE

La contratación pública está cubierta por el Acuerdo sobre Contratación Pública (ACP): sí

Información sobre anuncios anteriores:

Identificador del anuncio anterior: 364569-2024

Identificador de la parte del anuncio anterior: 364569-2024

5.1.10. Criterios de adjudicación

Criterio:

Tipo: Calidad

Nombre: AUDIENCIA DEL MEDIO

Descripción: 1) AUDIENCIA DEL MEDIO DE COMUNICACIÓN (GENERAL): HASTA 50 PUNTOS En cada lote, se valorará con hasta 50 puntos la audiencia de los medios de comunicación de dicho lote. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación con mayor audiencia, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su audiencia. Se otorgarán los puntos en función de la siguiente fórmula: $P_i = (A_i \times P_{max}) / A_{max}$ Siendo: P_i = puntuación correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote. A_i = dato de audiencia correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote. P_{max} = puntuación máxima correspondiente al medio de comunicación con mayor audiencia (= 50 puntos). A_{max} = dato de audiencia del medio de comunicación con mayor audiencia del lote. Para valorar dicha audiencia en los lotes 1, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 11 y 12 (prensa escrita, radio y televisión, respectivamente) deberán aportarse los datos del último estudio de medios publicado por el Centro de Investigación y Estudios Sociales (CÍES) (Estudio de medios correspondiente a la primera Ola de 2024). En el caso de los lotes 2, 6 y 10 (prensa digital), datos de audiencia de enero a abril de 2024 (ambos inclusive) certificados por GFK (datos de usuarios únicos y audiencia media) o, en su defecto, datos publicados por CIES (dato usuarios únicos y audiencia media).

Ponderación (porcentaje, exacto): 50

Criterio:

Tipo: Precio

Nombre: PROPUESTA ECONÓMICA

Descripción: 2) PROPUESTA ECONÓMICA: HASTA 30 PUNTOS Para los lotes de prensa escrita, prensa digital y televisión, tanto en castellano como en euskera, La propuesta económica consistirá en un descuento sobre los precios de tarifas oficiales del medio en todos y cada uno de productos publicitarios. Se tratará de un único porcentaje que se aplicará a los diferentes precios oficiales del medio (módulos, encartes, spots, banners, etc.). El porcentaje se expresará con un máximo de dos decimales. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación con mayor descuento, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su descuento. Se otorgarán los puntos en función de la siguiente fórmula: $P_i = (D_i \times P_{max}) / D_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote D_i = Porcentaje de descuento sobre todos sus precios oficiales ofertado por el medio de comunicación a valorar expresado con un máximo de dos

decimales. Pmax = Puntuación máxima correspondiente a la propuesta económica del lote con mayor oferta (= 30 puntos). Dmax = Porcentaje de descuento del medio que ha ofertado el descuento máximo sobre todos sus precios oficiales expresado con un máximo de dos decimales. - Para los lotes de radio, tanto general como en euskera, la oferta económica constará de dos apartados: - Oferta económica para las emisiones del espacio informativo "Día a día tu ciudad": hasta 20 puntos. La propuesta económica consistirá en un descuento sobre el precio de mercado para la emisión de "Día a día tu ciudad", de un minuto de duración, que se emitirá de lunes a viernes en la franja nacional matinal y en la franja local: - 10 puntos: precio de mercado para prime time (de lunes a viernes de 7.00 a 10.00 horas): 90 euros - 10 puntos: precio de mercado para horario local (de lunes a viernes de 12.30 a 14 horas): 45 euros Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación con mayor descuento, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su descuento. Se otorgarán los puntos en función de la siguiente fórmula: $P_i = (D_i \times P_{max}) / D_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote D_i = Porcentaje de descuento sobre el precio de mercado fijado en el pliego P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la propuesta económica del lote con mayor oferta (= 20 puntos) D_{max} = Porcentaje de descuento del medio que ha ofertado el descuento máximo sobre los precios de mercado para la emisión del "Día a día tu ciudad" - Oferta económica para la emisión de campañas municipales: hasta 10 puntos. La propuesta económica consistirá en un descuento sobre los precios de tarifas oficiales del medio en todos y cada uno de productos publicitarios. Se tratará de un único porcentaje que se aplicará a los diferentes precios oficiales del medio. El porcentaje se expresará con un máximo de dos decimales. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación con mayor descuento, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su descuento. Se otorgarán los puntos en función de la siguiente fórmula: $P_i = (D_i \times P_{max}) / D_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote. D_i = Porcentaje de descuento sobre todos sus precios oficiales ofertado por el medio de comunicación a valorar expresado con un máximo de dos decimales. P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la propuesta económica del lote con mayor oferta (= 10 puntos). D_{max} = Porcentaje de descuento del medio que ha ofertado el descuento máximo sobre todos sus precios oficiales expresado con un máximo de dos decimales.

Ponderación (porcentaje, exacto): 30

Criterio:

Tipo: Calidad

Nombre: MEJORAS PROPUESTAS

Descripción: 3) MEJORAS PROPUESTAS POR LOS MEDIOS: HASTA 10 PUNTOS En los lotes Prensa escrita, tanto general como en euskera: Módulos de anuncios en color: hasta 10 puntos. Número de módulos de anuncios impresos en color sin cargo adicional para el Ayuntamiento de Pamplona (se abonaría el precio en blanco y negro). Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación que oferte el mayor número de dichos módulos, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su oferta, conforme a la siguiente fórmula: $P_i = (N_i \times P_{max}) / N_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente a la mejora propuesta por el medio a valorar N_i = Número de módulos de anuncios impresos en color sin cargo adicional para el Ayuntamiento de Pamplona ofertados en la mejora propuesta P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la mejora propuesta que oferte el mayor número de módulos de anuncios impresos en color sin cargo adicional para el Ayuntamiento de Pamplona (= 10 puntos) N_{max} = Número de módulos de anuncios impresos en color sin cargo adicional para el Ayuntamiento de Pamplona ofertados en la

mejor mejora propuesta. En los lotes Prensa digital, tanto en general como en euskera: Brand days: hasta 10 puntos. Número de brand days sin cargo adicional ofertados para campañas del Ayuntamiento de Pamplona con inversión superior a los 3.000 euros. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación que oferte el mayor número de brand days, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su oferta, conforme a la siguiente fórmula: $P_i = (N_i \times P_{max}) / N_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente a la mejora propuesta por el medio a valorar. N_i = Número de brand days ofertados en la mejora propuesta. P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la mejora propuesta que oferte el mayor número de brand days (= 10 puntos). N_{max} = Número de brand days ofertados en la mejor mejora propuesta. En los lotes Radio, tanto general como en euskera: Cuñas de 30 segundos: hasta 10 puntos. Número de cuñas de 30 segundos ofertadas para campañas del Ayuntamiento de Pamplona a precio de cuñas de 20 segundos. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación que oferte el mayor número de dichas cuñas, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su oferta, conforme a la siguiente fórmula: $P_i = (N_i \times P_{max}) / N_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente a la mejora propuesta por el medio a valorar N_i = Número de cuñas de 30 segundos ofertadas al precio de cuñas de 20 segundos en la mejora propuesta P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la mejora propuesta que oferte el mayor número de cuñas de 30 segundos al precio de cuñas de 20 segundos (= 10 puntos) N_{max} = Número de cuñas de 30 segundos al precio de cuñas de 20 segundos ofertado en la mejor mejora propuesta En los lotes Televisión, tanto general como en euskera: Spots de 30 segundos: hasta 10 puntos. Número de spots de 30 segundos ofertados para campañas del Ayuntamiento de Pamplona a precio de spots de 20 segundos. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación que oferte el mayor número de dichos spots, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su oferta, conforme a la siguiente fórmula: $P_i = (N_i \times P_{max}) / N_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente a la mejora propuesta por el medio a valorar N_i = Número de spots de 30 segundos ofertados al precio de spots de 20 segundos en la mejora propuesta P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la mejora propuesta que oferte el mayor número de spots de 30 segundos al precio de spots de 20 segundos (= 10 puntos) N_{max} = Número de spots de 30 segundos al precio de spots de 20 segundos ofertado en la mejor mejora propuesta.

Ponderación (porcentaje, exacto): 10

Criterio:

Tipo: Calidad

Nombre: CRITERIOS SOCIALES

Descripción: 4) CRITERIOS SOCIALES: 10 PUNTOS Por la aprobación y difusión de un protocolo específico para el empleo de lenguaje de género en la empresa, de modo que toda la documentación, publicidad, imagen o material que se genere con motivo de la ejecución del contrato, utilice un uso no sexista del lenguaje, evite cualquier imagen discriminatoria de las mujeres o estereotipos sexistas y fomente una imagen con valores de igualdad, presencia equilibrada, diversidad, corresponsabilidad y pluralidad de roles e identidades de género. Posteriormente, la licitadora que resulte adjudicataria deberá presentar el protocolo.

Ponderación (porcentaje, exacto): 10

5.1.12. Condiciones de la contratación pública

Información sobre los plazos de revisión: - Reclamación especial en materia de contratación pública ante el TRIBUNAL ADMINISTRATIVO DE CONTRATOS PÚBLICOS de Navarra en el plazo de Diez días naturales contados a partir del día siguiente al de la notificación del acto

impugnado cuando se recurran los actos de licitación y de adjudicación por parte de los licitadores. En el caso de que se impugne un acto de exclusión de un licitador o la adjudicación, el plazo se computará a partir del día siguiente al de la notificación de la información preceptiva que establece el artículo 124.2 de la Ley Foral de Contratos Públicos de Navarra. - Recurso CONTENCIOSO-ADMINISTRATIVO ante la Sala de lo Contencioso-Admivº del T.S.J. de Navarra en el plazo de DOS MESES desde el día siguiente al de notificación de esta resolución; o bien, - Recurso de ALZADA ante el Tribunal Administrativo de Navarra dentro del MES siguiente a la fecha de notificación de esta resolución.

5.1.15. Técnicas

Acuerdo marco: Acuerdo marco con convocatoria de nueva licitación

Información sobre el sistema dinámico de adquisición: Ningún sistema dinámico de adquisición

Subasta electrónica: no

5.1.16. Información adicional, mediación y recurso

Organización encargada de los procedimientos de recurso: AYUNTAMIENTO DE PAMPLONA

Organización que proporciona más información sobre los procedimientos de recurso:

AYUNTAMIENTO DE PAMPLONA

TED eSender: Publications Office of the European Union

5.1. Lote: LOT-0007

Título: RADIO EN EUSKERA

Descripción: Compra directa de espacios de radio en euskera para la inserción de anuncios

Identificador interno: LOTE_7_RADIO_EUSKERA_28%

5.1.1. Finalidad

Naturaleza del contrato: Servicios

Clasificación principal (cpv): 79341000 Servicios de publicidad

5.1.2. Lugar de ejecución

Subdivisión del país (NUTS): Navarra (ES220)

País: España

5.1.5. Valor

Valor estimado, IVA excluido: 18 264,46 EUR

5.1.6. Información general

Proyecto de contratación pública no financiado con fondos de la UE

La contratación pública está cubierta por el Acuerdo sobre Contratación Pública (ACP): sí

Información sobre anuncios anteriores:

Identificador del anuncio anterior: 364569-2024

Identificador de la parte del anuncio anterior: 364569-2024

5.1.10. Criterios de adjudicación

Criterio:

Tipo: Calidad

Nombre: AUDIENCIA DEL MEDIO

Descripción: 1) AUDIENCIA DEL MEDIO DE COMUNICACIÓN (GENERAL): HASTA 50

PUNTOS En cada lote, se valorará con hasta 50 puntos la audiencia de los medios de

comunicación de dicho lote. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de

comunicación con mayor audiencia, puntuando al resto de medios del lote de forma

directamente proporcional a su audiencia. Se otorgarán los puntos en función de la siguiente

fórmula: $P_i = (A_i \times P_{max}) / A_{max}$ Siendo: P_i = puntuación correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote. A_i = dato de audiencia correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote. P_{max} = puntuación máxima correspondiente al medio de comunicación con mayor audiencia (= 50 puntos). A_{max} = dato de audiencia del medio de comunicación con mayor audiencia del lote. Para valorar dicha audiencia en los lotes 1, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 11 y 12 (prensa escrita, radio y televisión, respectivamente) deberán aportarse los datos del último estudio de medios publicado por el Centro de Investigación y Estudios Sociales (CÍES) (Estudio de medios correspondiente a la primera Ola de 2024). En el caso de los lotes 2, 6 y 10 (prensa digital), datos de audiencia de enero a abril de 2024 (ambos inclusive) certificados por GFK (datos de usuarios únicos y audiencia media) o, en su defecto, datos publicados por CIES (dato usuarios únicos y audiencia media).

Ponderación (porcentaje, exacto): 50

Criterio:

Tipo: Precio

Nombre: PROPUESTA ECONÓMICA

Descripción: 2) PROPUESTA ECONÓMICA: HASTA 30 PUNTOS Para los lotes de prensa escrita, prensa digital y televisión, tanto en castellano como en euskera, La propuesta económica consistirá en un descuento sobre los precios de tarifas oficiales del medio en todos y cada uno de productos publicitarios. Se tratará de un único porcentaje que se aplicará a los diferentes precios oficiales del medio (módulos, encartes, spots, banners, etc.). El porcentaje se expresará con un máximo de dos decimales. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación con mayor descuento, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su descuento. Se otorgarán los puntos en función de la siguiente fórmula: $P_i = (D_i \times P_{max}) / D_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote D_i = Porcentaje de descuento sobre todos sus precios oficiales ofertado por el medio de comunicación a valorar expresado con un máximo de dos decimales. P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la propuesta económica del lote con mayor oferta (= 30 puntos). D_{max} = Porcentaje de descuento del medio que ha ofertado el descuento máximo sobre todos sus precios oficiales expresado con un máximo de dos decimales. - Para los lotes de radio, tanto general como en euskera, la oferta económica constará de dos apartados: - Oferta económica para las emisiones del espacio informativo "Día a día tu ciudad": hasta 20 puntos. La propuesta económica consistirá en un descuento sobre el precio de mercado para la emisión de "Día a día tu ciudad", de un minuto de duración, que se emitirá de lunes a viernes en la franja nacional matinal y en la franja local: - 10 puntos: precio de mercado para prime time (de lunes a viernes de 7.00 a 10.00 horas): 90 euros - 10 puntos: precio de mercado para horario local (de lunes a viernes de 12.30 a 14 horas): 45 euros Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación con mayor descuento, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su descuento. Se otorgarán los puntos en función de la siguiente fórmula: $P_i = (D_i \times P_{max}) / D_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote D_i = Porcentaje de descuento sobre el precio de mercado fijado en el pliego P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la propuesta económica del lote con mayor oferta (= 20 puntos) D_{max} = Porcentaje de descuento del medio que ha ofertado el descuento máximo sobre los precios de mercado para la emisión del "Día a día tu ciudad" - Oferta económica para la emisión de campañas municipales: hasta 10 puntos. La propuesta económica consistirá en un descuento sobre los precios de tarifas oficiales del medio en todos y cada uno de productos publicitarios. Se tratará de un único porcentaje que se aplicará a los diferentes precios oficiales del medio. El porcentaje se expresará con un máximo de dos

decimales. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación con mayor descuento, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su descuento. Se otorgarán los puntos en función de la siguiente fórmula: $P_i = (D_i \times P_{max}) / D_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote. D_i = Porcentaje de descuento sobre todos sus precios oficiales ofertado por el medio de comunicación a valorar expresado con un máximo de dos decimales. P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la propuesta económica del lote con mayor oferta (= 10 puntos). D_{max} = Porcentaje de descuento del medio que ha ofertado el descuento máximo sobre todos sus precios oficiales expresado con un máximo de dos decimales.

Ponderación (porcentaje, exacto): 30

Criterio:

Tipo: Calidad

Nombre: MEJORAS PROPUESTAS

Descripción: 3) MEJORAS PROPUESTAS POR LOS MEDIOS: HASTA 10 PUNTOS En los lotes Prensa escrita, tanto general como en euskera: Módulos de anuncios en color: hasta 10 puntos. Número de módulos de anuncios impresos en color sin cargo adicional para el Ayuntamiento de Pamplona (se abonaría el precio en blanco y negro). Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación que oferte el mayor número de dichos módulos, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su oferta, conforme a la siguiente fórmula: $P_i = (N_i \times P_{max}) / N_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente a la mejora propuesta por el medio a valorar N_i = Número de módulos de anuncios impresos en color sin cargo adicional para el Ayuntamiento de Pamplona ofertados en la mejora propuesta P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la mejora propuesta que oferte el mayor número de módulos de anuncios impresos en color sin cargo adicional para el Ayuntamiento de Pamplona (= 10 puntos) N_{max} = Número de módulos de anuncios impresos en color sin cargo adicional para el Ayuntamiento de Pamplona ofertados en la mejor mejora propuesta. En los lotes Prensa digital, tanto en general como en euskera: Brand days: hasta 10 puntos. Número de brand days sin cargo adicional ofertados para campañas del Ayuntamiento de Pamplona con inversión superior a los 3.000 euros. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación que oferte el mayor número de brand days, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su oferta, conforme a la siguiente fórmula: $P_i = (N_i \times P_{max}) / N_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente a la mejora propuesta por el medio a valorar. N_i = Número de brand days ofertados en la mejora propuesta. P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la mejora propuesta que oferte el mayor número de brand days (= 10 puntos). N_{max} = Número de brand days ofertados en la mejor mejora propuesta. En los lotes Radio, tanto general como en euskera: Cuñas de 30 segundos: hasta 10 puntos. Número de cuñas de 30 segundos ofertadas para campañas del Ayuntamiento de Pamplona a precio de cuñas de 20 segundos. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación que oferte el mayor número de dichas cuñas, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su oferta, conforme a la siguiente fórmula: $P_i = (N_i \times P_{max}) / N_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente a la mejora propuesta por el medio a valorar N_i = Número de cuñas de 30 segundos ofertadas al precio de cuñas de 20 segundos en la mejora propuesta P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la mejora propuesta que oferte el mayor número de cuñas de 30 segundos al precio de cuñas de 20 segundos (= 10 puntos) N_{max} = Número de cuñas de 30 segundos al precio de cuñas de 20 segundos ofertado en la mejor mejora propuesta En los lotes Televisión, tanto general como en euskera: Spots de 30 segundos: hasta 10 puntos. Número de spots de 30 segundos ofertados para campañas del

Ayuntamiento de Pamplona a precio de spots de 20 segundos. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación que oferte el mayor número de dichos spots, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su oferta, conforme a la siguiente fórmula: $P_i = (N_i \times P_{max}) / N_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente a la mejora propuesta por el medio a valorar N_i = Número de spots de 30 segundos ofertados al precio de spots de 20 segundos en la mejora propuesta P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la mejora propuesta que oferte el mayor número de spots de 30 segundos al precio de spots de 20 segundos (= 10 puntos) N_{max} = Número de spots de 30 segundos al precio de spots de 20 segundos ofertado en la mejor mejora propuesta.

Ponderación (porcentaje, exacto): 10

Criterio:

Tipo: Calidad

Nombre: CRITERIOS SOCIALES

Descripción: 4) CRITERIOS SOCIALES: 10 PUNTOS Por la aprobación y difusión de un protocolo específico para el empleo de lenguaje de género en la empresa, de modo que toda la documentación, publicidad, imagen o material que se genere con motivo de la ejecución del contrato, utilice un uso no sexista del lenguaje, evite cualquier imagen discriminatoria de las mujeres o estereotipos sexistas y fomente una imagen con valores de igualdad, presencia equilibrada, diversidad, corresponsabilidad y pluralidad de roles e identidades de género. Posteriormente, la licitadora que resulte adjudicataria deberá presentar el protocolo.

Ponderación (porcentaje, exacto): 10

5.1.12. Condiciones de la contratación pública

Información sobre los plazos de revisión: - Reclamación especial en materia de contratación pública ante el TRIBUNAL ADMINISTRATIVO DE CONTRATOS PÚBLICOS de Navarra en el plazo de Diez días naturales contados a partir del día siguiente al de la notificación del acto impugnado cuando se recurran los actos de licitación y de adjudicación por parte de los licitadores. En el caso de que se impugne un acto de exclusión de un licitador o la adjudicación, el plazo se computará a partir del día siguiente al de la notificación de la información preceptiva que establece el artículo 124.2 de la Ley Foral de Contratos Públicos de Navarra. - Recurso CONTENCIOSO-ADMINISTRATIVO ante la Sala de lo Contencioso-Admvº del T.S.J. de Navarra en el plazo de DOS MESES desde el día siguiente al de notificación de esta resolución; o bien, - Recurso de ALZADA ante el Tribunal Administrativo de Navarra dentro del MES siguiente a la fecha de notificación de esta resolución.

5.1.15. Técnicas

Acuerdo marco: Acuerdo marco con convocatoria de nueva licitación

Información sobre el sistema dinámico de adquisición: Ningún sistema dinámico de adquisición

Subasta electrónica: no

5.1.16. Información adicional, mediación y recurso

Organización encargada de los procedimientos de recurso: AYUNTAMIENTO DE PAMPLONA

Organización que proporciona más información sobre los procedimientos de recurso:

AYUNTAMIENTO DE PAMPLONA

TED eSender: Publications Office of the European Union

5.1. Lote: LOT-0008

Título: TELEVISIÓN EUSKERA

Descripción: Compra directa de espacios de televisión en euskera para la inserción de anuncios

Identificador interno: LOTE_8_TELEVISIÓN_EUSKERA_28%

5.1.1. Finalidad

Naturaleza del contrato: Servicios

Clasificación principal (cpv): 79341000 Servicios de publicidad

5.1.2. Lugar de ejecución

Subdivisión del país (NUTS): Navarra (ES220)

País: España

5.1.5. Valor

Valor estimado, IVA excluido: 8 429,75 EUR

5.1.6. Información general

Proyecto de contratación pública no financiado con fondos de la UE

La contratación pública está cubierta por el Acuerdo sobre Contratación Pública (ACP): sí

Información sobre anuncios anteriores:

Identificador del anuncio anterior: 364569-2024

Identificador de la parte del anuncio anterior: 364569-2024

5.1.10. Criterios de adjudicación

Criterio:

Tipo: Calidad

Nombre: AUDIENCIA DEL MEDIO

Descripción: 1) AUDIENCIA DEL MEDIO DE COMUNICACIÓN (GENERAL): HASTA 50 PUNTOS En cada lote, se valorará con hasta 50 puntos la audiencia de los medios de comunicación de dicho lote. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación con mayor audiencia, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su audiencia. Se otorgarán los puntos en función de la siguiente fórmula: $P_i = (A_i \times P_{max}) / A_{max}$ Siendo: P_i = puntuación correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote. A_i = dato de audiencia correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote. P_{max} = puntuación máxima correspondiente al medio de comunicación con mayor audiencia (= 50 puntos). A_{max} = dato de audiencia del medio de comunicación con mayor audiencia del lote. Para valorar dicha audiencia en los lotes 1, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 11 y 12 (prensa escrita, radio y televisión, respectivamente) deberán aportarse los datos del último estudio de medios publicado por el Centro de Investigación y Estudios Sociales (CÍES) (Estudio de medios correspondiente a la primera Ola de 2024). En el caso de los lotes 2, 6 y 10 (prensa digital), datos de audiencia de enero a abril de 2024 (ambos inclusive) certificados por GFK (datos de usuarios únicos y audiencia media) o, en su defecto, datos publicados por CIES (dato usuarios únicos y audiencia media).

Ponderación (porcentaje, exacto): 50

Criterio:

Tipo: Precio

Nombre: PROPUESTA ECONÓMICA

Descripción: 2) PROPUESTA ECONÓMICA: HASTA 30 PUNTOS Para los lotes de prensa escrita, prensa digital y televisión, tanto en castellano como en euskera, La propuesta económica consistirá en un descuento sobre los precios de tarifas oficiales del medio en todos y cada uno de productos publicitarios. Se tratará de un único porcentaje que se aplicará a los

diferentes precios oficiales del medio (módulos, encartes, spots, banners, etc.). El porcentaje se expresará con un máximo de dos decimales. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación con mayor descuento, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su descuento. Se otorgarán los puntos en función de la siguiente fórmula: $P_i = (D_i \times P_{max}) / D_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote D_i = Porcentaje de descuento sobre todos sus precios oficiales ofertado por el medio de comunicación a valorar expresado con un máximo de dos decimales. P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la propuesta económica del lote con mayor oferta (= 30 puntos). D_{max} = Porcentaje de descuento del medio que ha ofertado el descuento máximo sobre todos sus precios oficiales expresado con un máximo de dos decimales. - Para los lotes de radio, tanto general como en euskera, la oferta económica constará de dos apartados: - Oferta económica para las emisiones del espacio informativo "Día a día tu ciudad": hasta 20 puntos. La propuesta económica consistirá en un descuento sobre el precio de mercado para la emisión de "Día a día tu ciudad", de un minuto de duración, que se emitirá de lunes a viernes en la franja nacional matinal y en la franja local: - 10 puntos: precio de mercado para prime time (de lunes a viernes de 7.00 a 10.00 horas): 90 euros - 10 puntos: precio de mercado para horario local (de lunes a viernes de 12.30 a 14 horas): 45 euros Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación con mayor descuento, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su descuento. Se otorgarán los puntos en función de la siguiente fórmula: $P_i = (D_i \times P_{max}) / D_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote D_i = Porcentaje de descuento sobre el precio de mercado fijado en el pliego P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la propuesta económica del lote con mayor oferta (= 20 puntos) D_{max} = Porcentaje de descuento del medio que ha ofertado el descuento máximo sobre los precios de mercado para la emisión del "Día a día tu ciudad" - Oferta económica para la emisión de campañas municipales: hasta 10 puntos. La propuesta económica consistirá en un descuento sobre los precios de tarifas oficiales del medio en todos y cada uno de productos publicitarios. Se tratará de un único porcentaje que se aplicará a los diferentes precios oficiales del medio. El porcentaje se expresará con un máximo de dos decimales. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación con mayor descuento, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su descuento. Se otorgarán los puntos en función de la siguiente fórmula: $P_i = (D_i \times P_{max}) / D_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote. D_i = Porcentaje de descuento sobre todos sus precios oficiales ofertado por el medio de comunicación a valorar expresado con un máximo de dos decimales. P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la propuesta económica del lote con mayor oferta (= 10 puntos). D_{max} = Porcentaje de descuento del medio que ha ofertado el descuento máximo sobre todos sus precios oficiales expresado con un máximo de dos decimales.

Ponderación (porcentaje, exacto): 30

Criterio:

Tipo: Calidad

Nombre: MEJORAS PROPUESTAS

Descripción: 3) MEJORAS PROPUESTAS POR LOS MEDIOS: HASTA 10 PUNTOS En los lotes Prensa escrita, tanto general como en euskera: Módulos de anuncios en color: hasta 10 puntos. Número de módulos de anuncios impresos en color sin cargo adicional para el Ayuntamiento de Pamplona (se abonaría el precio en blanco y negro). Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación que oferte el mayor número de dichos módulos, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su

oferta, conforme a la siguiente fórmula: $P_i = (N_i \times P_{max}) / N_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente a la mejora propuesta por el medio a valorar N_i = Número de módulos de anuncios impresos en color sin cargo adicional para el Ayuntamiento de Pamplona ofertados en la mejora propuesta P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la mejora propuesta que oferte el mayor número de módulos de anuncios impresos en color sin cargo adicional para el Ayuntamiento de Pamplona (= 10 puntos) N_{max} = Número de módulos de anuncios impresos en color sin cargo adicional para el Ayuntamiento de Pamplona ofertados en la mejor mejora propuesta. En los lotes Prensa digital, tanto en general como en euskera: Brand days: hasta 10 puntos. Número de brand days sin cargo adicional ofertados para campañas del Ayuntamiento de Pamplona con inversión superior a los 3.000 euros. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación que oferte el mayor número de brand days, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su oferta, conforme a la siguiente fórmula: $P_i = (N_i \times P_{max}) / N_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente a la mejora propuesta por el medio a valorar. N_i = Número de brand days ofertados en la mejora propuesta. P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la mejora propuesta que oferte el mayor número de brand days (= 10 puntos). N_{max} = Número de brand days ofertados en la mejor mejora propuesta. En los lotes Radio, tanto general como en euskera: Cuñas de 30 segundos: hasta 10 puntos. Número de cuñas de 30 segundos ofertadas para campañas del Ayuntamiento de Pamplona a precio de cuñas de 20 segundos. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación que oferte el mayor número de dichas cuñas, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su oferta, conforme a la siguiente fórmula: $P_i = (N_i \times P_{max}) / N_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente a la mejora propuesta por el medio a valorar N_i = Número de cuñas de 30 segundos ofertadas al precio de cuñas de 20 segundos en la mejora propuesta P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la mejora propuesta que oferte el mayor número de cuñas de 30 segundos al precio de cuñas de 20 segundos (= 10 puntos) N_{max} = Número de cuñas de 30 segundos al precio de cuñas de 20 segundos ofertado en la mejor mejora propuesta En los lotes Televisión, tanto general como en euskera: Spots de 30 segundos: hasta 10 puntos. Número de spots de 30 segundos ofertados para campañas del Ayuntamiento de Pamplona a precio de spots de 20 segundos. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación que oferte el mayor número de dichos spots, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su oferta, conforme a la siguiente fórmula: $P_i = (N_i \times P_{max}) / N_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente a la mejora propuesta por el medio a valorar N_i = Número de spots de 30 segundos ofertados al precio de spots de 20 segundos en la mejora propuesta P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la mejora propuesta que oferte el mayor número de spots de 30 segundos al precio de spots de 20 segundos (= 10 puntos) N_{max} = Número de spots de 30 segundos al precio de spots de 20 segundos ofertado en la mejor mejora propuesta.

Ponderación (porcentaje, exacto): 10

Criterio:

Tipo: Calidad

Nombre: CRITERIOS SOCIALES

Descripción: 4) CRITERIOS SOCIALES: 10 PUNTOS Por la aprobación y difusión de un protocolo específico para el empleo de lenguaje de género en la empresa, de modo que toda la documentación, publicidad, imagen o material que se genere con motivo de la ejecución del contrato, utilice un uso no sexista del lenguaje, evite cualquier imagen discriminatoria de las mujeres o estereotipos sexistas y fomente una imagen con valores de igualdad, presencia

equilibrada, diversidad, corresponsabilidad y pluralidad de roles e identidades de género. Posteriormente, la licitadora que resulte adjudicataria deberá presentar el protocolo.

Ponderación (porcentaje, exacto): 10

5.1.12. Condiciones de la contratación pública

Información sobre los plazos de revisión: - Reclamación especial en materia de contratación pública ante el TRIBUNAL ADMINISTRATIVO DE CONTRATOS PÚBLICOS de Navarra en el plazo de Diez días naturales contados a partir del día siguiente al de la notificación del acto impugnado cuando se recurran los actos de licitación y de adjudicación por parte de los licitadores. En el caso de que se impugne un acto de exclusión de un licitador o la adjudicación, el plazo se computará a partir del día siguiente al de la notificación de la información preceptiva que establece el artículo 124.2 de la Ley Foral de Contratos Públicos de Navarra. - Recurso CONTENCIOSO-ADMINISTRATIVO ante la Sala de lo Contencioso-Admº del T.S.J. de Navarra en el plazo de DOS MESES desde el día siguiente al de notificación de esta resolución; o bien, - Recurso de ALZADA ante el Tribunal Administrativo de Navarra dentro del MES siguiente a la fecha de notificación de esta resolución.

5.1.15. Técnicas

Acuerdo marco: Acuerdo marco con convocatoria de nueva licitación

Información sobre el sistema dinámico de adquisición:

Sistema dinámico de adquisición, utilizable también por compradores que no figuran en este anuncio

El sistema dinámico de adquisición ha concluido

Subasta electrónica: no

5.1.16. Información adicional, mediación y recurso

Organización encargada de los procedimientos de recurso: AYUNTAMIENTO DE PAMPLONA

Organización que proporciona más información sobre los procedimientos de recurso:

AYUNTAMIENTO DE PAMPLONA

TED eSender: Publications Office of the European Union

5.1. Lote: LOT-0009

Título: PRENSA ESCRITA EUSKERA

Descripción: Compra directa de espacios de televisión en euskera para la inserción de anuncios

Identificador interno: LOTE_9_PRENSA_ESCRITA_EUSKERA_3%

5.1.1. Finalidad

Naturaleza del contrato: Servicios

Clasificación principal (cpv): 79341000 Servicios de publicidad

5.1.2. Lugar de ejecución

Subdivisión del país (NUTS): Navarra (ES220)

País: España

5.1.5. Valor

Valor estimado, IVA excluido: 5 206,61 EUR

5.1.6. Información general

Proyecto de contratación pública no financiado con fondos de la UE

La contratación pública está cubierta por el Acuerdo sobre Contratación Pública (ACP): sí

Información sobre anuncios anteriores:

Identificador del anuncio anterior: 364569-2024

Identificador de la parte del anuncio anterior: 364569-2024

5.1.10. Criterios de adjudicación

Criterio:

Tipo: Calidad

Nombre: AUDIENCIA DEL MEDIO

Descripción: 1) AUDIENCIA DEL MEDIO DE COMUNICACIÓN (GENERAL): HASTA 50 PUNTOS En cada lote, se valorará con hasta 50 puntos la audiencia de los medios de comunicación de dicho lote. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación con mayor audiencia, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su audiencia. Se otorgarán los puntos en función de la siguiente fórmula: $P_i = (A_i \times P_{max}) / A_{max}$ Siendo: P_i = puntuación correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote. A_i = dato de audiencia correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote. P_{max} = puntuación máxima correspondiente al medio de comunicación con mayor audiencia (= 50 puntos). A_{max} = dato de audiencia del medio de comunicación con mayor audiencia del lote. Para valorar dicha audiencia en los lotes 1, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 11 y 12 (prensa escrita, radio y televisión, respectivamente) deberán aportarse los datos del último estudio de medios publicado por el Centro de Investigación y Estudios Sociales (CÍES) (Estudio de medios correspondiente a la primera Ola de 2024). En el caso de los lotes 2, 6 y 10 (prensa digital), datos de audiencia de enero a abril de 2024 (ambos inclusive) certificados por GFK (datos de usuarios únicos y audiencia media) o, en su defecto, datos publicados por CIES (dato usuarios únicos y audiencia media).

Ponderación (porcentaje, exacto): 50

Criterio:

Tipo: Precio

Nombre: PROPUESTA ECONÓMICA

Descripción: 2) PROPUESTA ECONÓMICA: HASTA 30 PUNTOS Para los lotes de prensa escrita, prensa digital y televisión, tanto en castellano como en euskera, La propuesta económica consistirá en un descuento sobre los precios de tarifas oficiales del medio en todos y cada uno de productos publicitarios. Se tratará de un único porcentaje que se aplicará a los diferentes precios oficiales del medio (módulos, encartes, spots, banners, etc.). El porcentaje se expresará con un máximo de dos decimales. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación con mayor descuento, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su descuento. Se otorgarán los puntos en función de la siguiente fórmula: $P_i = (D_i \times P_{max}) / D_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote D_i = Porcentaje de descuento sobre todos sus precios oficiales ofertado por el medio de comunicación a valorar expresado con un máximo de dos decimales. P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la propuesta económica del lote con mayor oferta (= 30 puntos). D_{max} = Porcentaje de descuento del medio que ha ofertado el descuento máximo sobre todos sus precios oficiales expresado con un máximo de dos decimales. - Para los lotes de radio, tanto general como en euskera, la oferta económica constará de dos apartados: - Oferta económica para las emisiones del espacio informativo "Día a día tu ciudad": hasta 20 puntos. La propuesta económica consistirá en un descuento sobre el precio de mercado para la emisión de "Día a día tu ciudad", de un minuto de duración, que se emitirá de lunes a viernes en la franja nacional matinal y en la franja local: - 10 puntos: precio de mercado para prime time (de lunes a viernes de 7.00 a 10.00 horas): 90 euros - 10 puntos: precio de mercado para horario local (de lunes a viernes de 12.30 a 14 horas): 45 euros Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación con

mayor descuento, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su descuento. Se otorgarán los puntos en función de la siguiente fórmula: $P_i = (D_i \times P_{max}) / D_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote D_i = Porcentaje de descuento sobre el precio de mercado fijado en el pliego P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la propuesta económica del lote con mayor oferta (= 20 puntos) D_{max} = Porcentaje de descuento del medio que ha ofertado el descuento máximo sobre los precios de mercado para la emisión del "Día a día tu ciudad" - Oferta económica para la emisión de campañas municipales: hasta 10 puntos. La propuesta económica consistirá en un descuento sobre los precios de tarifas oficiales del medio en todos y cada uno de productos publicitarios. Se tratará de un único porcentaje que se aplicará a los diferentes precios oficiales del medio. El porcentaje se expresará con un máximo de dos decimales. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación con mayor descuento, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su descuento. Se otorgarán los puntos en función de la siguiente fórmula: $P_i = (D_i \times P_{max}) / D_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote. D_i = Porcentaje de descuento sobre todos sus precios oficiales ofertado por el medio de comunicación a valorar expresado con un máximo de dos decimales. P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la propuesta económica del lote con mayor oferta (= 10 puntos). D_{max} = Porcentaje de descuento del medio que ha ofertado el descuento máximo sobre todos sus precios oficiales expresado con un máximo de dos decimales.

Ponderación (porcentaje, exacto): 30

Criterio:

Tipo: Calidad

Nombre: MEJORAS PROPUESTAS

Descripción: 3) MEJORAS PROPUESTAS POR LOS MEDIOS: HASTA 10 PUNTOS En los lotes Prensa escrita, tanto general como en euskera: Módulos de anuncios en color: hasta 10 puntos. Número de módulos de anuncios impresos en color sin cargo adicional para el Ayuntamiento de Pamplona (se abonaría el precio en blanco y negro). Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación que oferte el mayor número de dichos módulos, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su oferta, conforme a la siguiente fórmula: $P_i = (N_i \times P_{max}) / N_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente a la mejora propuesta por el medio a valorar N_i = Número de módulos de anuncios impresos en color sin cargo adicional para el Ayuntamiento de Pamplona ofertados en la mejora propuesta P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la mejora propuesta que oferte el mayor número de módulos de anuncios impresos en color sin cargo adicional para el Ayuntamiento de Pamplona (= 10 puntos) N_{max} = Número de módulos de anuncios impresos en color sin cargo adicional para el Ayuntamiento de Pamplona ofertados en la mejor mejora propuesta. En los lotes Prensa digital, tanto en general como en euskera: Brand days: hasta 10 puntos. Número de brand days sin cargo adicional ofertados para campañas del Ayuntamiento de Pamplona con inversión superior a los 3.000 euros. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación que oferte el mayor número de brand days, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su oferta, conforme a la siguiente fórmula: $P_i = (N_i \times P_{max}) / N_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente a la mejora propuesta por el medio a valorar. N_i = Número de brand days ofertados en la mejora propuesta. P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la mejora propuesta que oferte el mayor número de brand days (= 10 puntos). N_{max} = Número de brand days ofertados en la mejor mejora propuesta. En los lotes Radio, tanto general como en euskera: Cuñas de 30 segundos: hasta 10 puntos. Número de cuñas de 30 segundos

ofertadas para campañas del Ayuntamiento de Pamplona a precio de cuñas de 20 segundos. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación que oferte el mayor número de dichas cuñas, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su oferta, conforme a la siguiente fórmula: $P_i = (N_i \times P_{max}) / N_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente a la mejora propuesta por el medio a valorar N_i = Número de cuñas de 30 segundos ofertadas al precio de cuñas de 20 segundos en la mejora propuesta P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la mejora propuesta que oferte el mayor número de cuñas de 30 segundos al precio de cuñas de 20 segundos (= 10 puntos) N_{max} = Número de cuñas de 30 segundos al precio de cuñas de 20 segundos ofertado en la mejor mejora propuesta En los lotes Televisión, tanto general como en euskera: Spots de 30 segundos: hasta 10 puntos. Número de spots de 30 segundos ofertados para campañas del Ayuntamiento de Pamplona a precio de spots de 20 segundos. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación que oferte el mayor número de dichos spots, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su oferta, conforme a la siguiente fórmula: $P_i = (N_i \times P_{max}) / N_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente a la mejora propuesta por el medio a valorar N_i = Número de spots de 30 segundos ofertados al precio de spots de 20 segundos en la mejora propuesta P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la mejora propuesta que oferte el mayor número de spots de 30 segundos al precio de spots de 20 segundos (= 10 puntos) N_{max} = Número de spots de 30 segundos al precio de spots de 20 segundos ofertado en la mejor mejora propuesta.

Ponderación (porcentaje, exacto): 10

Criterio:

Tipo: Calidad

Nombre: CRITERIOS SOCIALES

Descripción: 4) CRITERIOS SOCIALES: 10 PUNTOS Por la aprobación y difusión de un protocolo específico para el empleo de lenguaje de género en la empresa, de modo que toda la documentación, publicidad, imagen o material que se genere con motivo de la ejecución del contrato, utilice un uso no sexista del lenguaje, evite cualquier imagen discriminatoria de las mujeres o estereotipos sexistas y fomente una imagen con valores de igualdad, presencia equilibrada, diversidad, corresponsabilidad y pluralidad de roles e identidades de género. Posteriormente, la licitadora que resulte adjudicataria deberá presentar el protocolo.

Ponderación (porcentaje, exacto): 10

5.1.12. Condiciones de la contratación pública

Información sobre los plazos de revisión: - Reclamación especial en materia de contratación pública ante el TRIBUNAL ADMINISTRATIVO DE CONTRATOS PÚBLICOS de Navarra en el plazo de Diez días naturales contados a partir del día siguiente al de la notificación del acto impugnado cuando se recurran los actos de licitación y de adjudicación por parte de los licitadores. En el caso de que se impugne un acto de exclusión de un licitador o la adjudicación, el plazo se computará a partir del día siguiente al de la notificación de la información preceptiva que establece el artículo 124.2 de la Ley Foral de Contratos Públicos de Navarra. - Recurso CONTENCIOSO-ADMINISTRATIVO ante la Sala de lo Contencioso-Admº del T.S.J. de Navarra en el plazo de DOS MESES desde el día siguiente al de notificación de esta resolución; o bien, - Recurso de ALZADA ante el Tribunal Administrativo de Navarra dentro del MES siguiente a la fecha de notificación de esta resolución.

5.1.15. Técnicas

Acuerdo marco: Acuerdo marco con convocatoria de nueva licitación

Información sobre el sistema dinámico de adquisición: Ningún sistema dinámico de adquisición
Subasta electrónica: no

5.1.16. Información adicional, mediación y recurso

Organización encargada de los procedimientos de recurso: AYUNTAMIENTO DE PAMPLONA
Organización que proporciona más información sobre los procedimientos de recurso:
AYUNTAMIENTO DE PAMPLONA
TED eSender: Publications Office of the European Union

5.1. Lote: LOT-0010

Título: PRENSA DIGITAL EUSKERA

Descripción: Compra directa de espacios de prensa digital en euskera para la inserción de anuncios

Identificador interno: LOTE_10_PRENSA_DIGITAL_EUSKERA_3%

5.1.1. Finalidad

Naturaleza del contrato: Servicios

Clasificación principal (cpv): 79341000 Servicios de publicidad

5.1.2. Lugar de ejecución

Subdivisión del país (NUTS): Navarra (ES220)

País: España

5.1.5. Valor

Valor estimado, IVA excluido: 4 958,68 EUR

5.1.6. Información general

Proyecto de contratación pública no financiado con fondos de la UE

La contratación pública está cubierta por el Acuerdo sobre Contratación Pública (ACP): sí

Información sobre anuncios anteriores:

Identificador del anuncio anterior: 364569-2024

Identificador de la parte del anuncio anterior: 364569-2024

5.1.10. Criterios de adjudicación

Criterio:

Tipo: Calidad

Nombre: AUDIENCIA DEL MEDIO

Descripción: 1) AUDIENCIA DEL MEDIO DE COMUNICACIÓN (GENERAL): HASTA 50 PUNTOS En cada lote, se valorará con hasta 50 puntos la audiencia de los medios de comunicación de dicho lote. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación con mayor audiencia, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su audiencia. Se otorgarán los puntos en función de la siguiente fórmula: $P_i = (A_i \times P_{max}) / A_{max}$ Siendo: P_i = puntuación correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote. A_i = dato de audiencia correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote. P_{max} = puntuación máxima correspondiente al medio de comunicación con mayor audiencia (= 50 puntos). A_{max} = dato de audiencia del medio de comunicación con mayor audiencia del lote. Para valorar dicha audiencia en los lotes 1, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 11 y 12 (prensa escrita, radio y televisión, respectivamente) deberán aportarse los datos del último estudio de medios publicado por el Centro de Investigación y Estudios Sociales (CÍES) (Estudio de medios correspondiente a la primera Ola de 2024). En el caso de los lotes 2, 6 y 10 (prensa digital), datos de audiencia de enero a abril de 2024 (ambos

inclusive) certificados por GFK (datos de usuarios únicos y audiencia media) o, en su defecto, datos publicados por CIES (dato usuarios únicos y audiencia media).

Ponderación (porcentaje, exacto): 50

Criterio:

Tipo: Precio

Nombre: PROPUESTA ECONÓMICA

Descripción: 2) PROPUESTA ECONÓMICA: HASTA 30 PUNTOS Para los lotes de prensa escrita, prensa digital y televisión, tanto en castellano como en euskera, La propuesta económica consistirá en un descuento sobre los precios de tarifas oficiales del medio en todos y cada uno de productos publicitarios. Se tratará de un único porcentaje que se aplicará a los diferentes precios oficiales del medio (módulos, encartes, spots, banners, etc.). El porcentaje se expresará con un máximo de dos decimales. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación con mayor descuento, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su descuento. Se otorgarán los puntos en función de la siguiente fórmula: $P_i = (D_i \times P_{max}) / D_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote D_i = Porcentaje de descuento sobre todos sus precios oficiales ofertado por el medio de comunicación a valorar expresado con un máximo de dos decimales. P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la propuesta económica del lote con mayor oferta (= 30 puntos). D_{max} = Porcentaje de descuento del medio que ha ofertado el descuento máximo sobre todos sus precios oficiales expresado con un máximo de dos decimales. - Para los lotes de radio, tanto general como en euskera, la oferta económica constará de dos apartados: - Oferta económica para las emisiones del espacio informativo "Día a día tu ciudad": hasta 20 puntos. La propuesta económica consistirá en un descuento sobre el precio de mercado para la emisión de "Día a día tu ciudad", de un minuto de duración, que se emitirá de lunes a viernes en la franja nacional matinal y en la franja local: - 10 puntos: precio de mercado para prime time (de lunes a viernes de 7.00 a 10.00 horas): 90 euros - 10 puntos: precio de mercado para horario local (de lunes a viernes de 12.30 a 14 horas): 45 euros Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación con mayor descuento, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su descuento. Se otorgarán los puntos en función de la siguiente fórmula: $P_i = (D_i \times P_{max}) / D_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote D_i = Porcentaje de descuento sobre el precio de mercado fijado en el pliego P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la propuesta económica del lote con mayor oferta (= 20 puntos) D_{max} = Porcentaje de descuento del medio que ha ofertado el descuento máximo sobre los precios de mercado para la emisión del "Día a día tu ciudad" - Oferta económica para la emisión de campañas municipales: hasta 10 puntos. La propuesta económica consistirá en un descuento sobre los precios de tarifas oficiales del medio en todos y cada uno de productos publicitarios. Se tratará de un único porcentaje que se aplicará a los diferentes precios oficiales del medio. El porcentaje se expresará con un máximo de dos decimales. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación con mayor descuento, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su descuento. Se otorgarán los puntos en función de la siguiente fórmula: $P_i = (D_i \times P_{max}) / D_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote. D_i = Porcentaje de descuento sobre todos sus precios oficiales ofertado por el medio de comunicación a valorar expresado con un máximo de dos decimales. P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la propuesta económica del lote con mayor oferta (= 10 puntos). D_{max} = Porcentaje de descuento del medio que ha ofertado el descuento máximo sobre todos sus precios oficiales expresado con un máximo de dos decimales.

Ponderación (porcentaje, exacto): 30

Criterio:

Tipo: Calidad

Nombre: MEJORAS PROPUESTAS

Descripción: 3) MEJORAS PROPUESTAS POR LOS MEDIOS: HASTA 10 PUNTOS En los lotes Prensa escrita, tanto general como en euskera: Módulos de anuncios en color: hasta 10 puntos. Número de módulos de anuncios impresos en color sin cargo adicional para el Ayuntamiento de Pamplona (se abonaría el precio en blanco y negro). Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación que oferte el mayor número de dichos módulos, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su oferta, conforme a la siguiente fórmula: $P_i = (N_i \times P_{max}) / N_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente a la mejora propuesta por el medio a valorar N_i = Número de módulos de anuncios impresos en color sin cargo adicional para el Ayuntamiento de Pamplona ofertados en la mejora propuesta P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la mejora propuesta que oferte el mayor número de módulos de anuncios impresos en color sin cargo adicional para el Ayuntamiento de Pamplona (= 10 puntos) N_{max} = Número de módulos de anuncios impresos en color sin cargo adicional para el Ayuntamiento de Pamplona ofertados en la mejor mejora propuesta. En los lotes Prensa digital, tanto en general como en euskera: Brand days: hasta 10 puntos. Número de brand days sin cargo adicional ofertados para campañas del Ayuntamiento de Pamplona con inversión superior a los 3.000 euros. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación que oferte el mayor número de brand days, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su oferta, conforme a la siguiente fórmula: $P_i = (N_i \times P_{max}) / N_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente a la mejora propuesta por el medio a valorar. N_i = Número de brand days ofertados en la mejora propuesta. P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la mejora propuesta que oferte el mayor número de brand days (= 10 puntos). N_{max} = Número de brand days ofertados en la mejor mejora propuesta. En los lotes Radio, tanto general como en euskera: Cuñas de 30 segundos: hasta 10 puntos. Número de cuñas de 30 segundos ofertadas para campañas del Ayuntamiento de Pamplona a precio de cuñas de 20 segundos. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación que oferte el mayor número de dichas cuñas, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su oferta, conforme a la siguiente fórmula: $P_i = (N_i \times P_{max}) / N_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente a la mejora propuesta por el medio a valorar N_i = Número de cuñas de 30 segundos ofertadas al precio de cuñas de 20 segundos en la mejora propuesta P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la mejora propuesta que oferte el mayor número de cuñas de 30 segundos al precio de cuñas de 20 segundos (= 10 puntos) N_{max} = Número de cuñas de 30 segundos al precio de cuñas de 20 segundos ofertado en la mejor mejora propuesta En los lotes Televisión, tanto general como en euskera: Spots de 30 segundos: hasta 10 puntos. Número de spots de 30 segundos ofertados para campañas del Ayuntamiento de Pamplona a precio de spots de 20 segundos. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación que oferte el mayor número de dichos spots, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su oferta, conforme a la siguiente fórmula: $P_i = (N_i \times P_{max}) / N_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente a la mejora propuesta por el medio a valorar N_i = Número de spots de 30 segundos ofertados al precio de spots de 20 segundos en la mejora propuesta P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la mejora propuesta que oferte el mayor número de

spots de 30 segundos al precio de spots de 20 segundos (= 10 puntos) Nmax = Número de spots de 30 segundos al precio de spots de 20 segundos ofertado en la mejor mejora propuesta.

Ponderación (porcentaje, exacto): 10

Criterio:

Tipo: Calidad

Nombre: CRITERIOS SOCIALES

Descripción: 4) CRITERIOS SOCIALES: 10 PUNTOS Por la aprobación y difusión de un protocolo específico para el empleo de lenguaje de género en la empresa, de modo que toda la documentación, publicidad, imagen o material que se genere con motivo de la ejecución del contrato, utilice un uso no sexista del lenguaje, evite cualquier imagen discriminatoria de las mujeres o estereotipos sexistas y fomente una imagen con valores de igualdad, presencia equilibrada, diversidad, corresponsabilidad y pluralidad de roles e identidades de género. Posteriormente, la licitadora que resulte adjudicataria deberá presentar el protocolo.

Ponderación (porcentaje, exacto): 10

5.1.12. Condiciones de la contratación pública

Información sobre los plazos de revisión: - Reclamación especial en materia de contratación pública ante el TRIBUNAL ADMINISTRATIVO DE CONTRATOS PÚBLICOS de Navarra en el plazo de Diez días naturales contados a partir del día siguiente al de la notificación del acto impugnado cuando se recurran los actos de licitación y de adjudicación por parte de los licitadores. En el caso de que se impugne un acto de exclusión de un licitador o la adjudicación, el plazo se computará a partir del día siguiente al de la notificación de la información preceptiva que establece el artículo 124.2 de la Ley Foral de Contratos Públicos de Navarra. - Recurso CONTENCIOSO-ADMINISTRATIVO ante la Sala de lo Contencioso-Admivº del T.S.J. de Navarra en el plazo de DOS MESES desde el día siguiente al de notificación de esta resolución; o bien, - Recurso de ALZADA ante el Tribunal Administrativo de Navarra dentro del MES siguiente a la fecha de notificación de esta resolución.

5.1.15. Técnicas

Acuerdo marco: Acuerdo marco con convocatoria de nueva licitación

Información sobre el sistema dinámico de adquisición: Ningún sistema dinámico de adquisición

Subasta electrónica: no

5.1.16. Información adicional, mediación y recurso

Organización encargada de los procedimientos de recurso: AYUNTAMIENTO DE PAMPLONA

Organización que proporciona más información sobre los procedimientos de recurso:

AYUNTAMIENTO DE PAMPLONA

TED eSender: Publications Office of the European Union

5.1. Lote: LOT-0011

Título: RADIO EUSKERA

Descripción: Compra directa de espacios de prensa digital en euskera para la inserción de anuncios

Identificador interno: LOTE_11_RADIO_EUSKERA_3%

5.1.1. Finalidad

Naturaleza del contrato: Servicios

Clasificación principal (cpv): 79341000 Servicios de publicidad

5.1.2. Lugar de ejecución

Subdivisión del país (NUTS): Navarra (ES220)

País: España

5.1.5. Valor

Valor estimado, IVA excluido: 3 223,14 EUR

5.1.6. Información general

Proyecto de contratación pública no financiado con fondos de la UE

La contratación pública está cubierta por el Acuerdo sobre Contratación Pública (ACP): sí

Información sobre anuncios anteriores:

Identificador del anuncio anterior: 364569-2024

Identificador de la parte del anuncio anterior: 364569-2024

5.1.10. Criterios de adjudicación

Criterio:

Tipo: Calidad

Nombre: AUDIENCIA DEL MEDIO

Descripción: 1) AUDIENCIA DEL MEDIO DE COMUNICACIÓN (GENERAL): HASTA 50 PUNTOS En cada lote, se valorará con hasta 50 puntos la audiencia de los medios de comunicación de dicho lote. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación con mayor audiencia, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su audiencia. Se otorgarán los puntos en función de la siguiente fórmula: $P_i = (A_i \times P_{max}) / A_{max}$ Siendo: P_i = puntuación correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote. A_i = dato de audiencia correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote. P_{max} = puntuación máxima correspondiente al medio de comunicación con mayor audiencia (= 50 puntos). A_{max} = dato de audiencia del medio de comunicación con mayor audiencia del lote. Para valorar dicha audiencia en los lotes 1, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 11 y 12 (prensa escrita, radio y televisión, respectivamente) deberán aportarse los datos del último estudio de medios publicado por el Centro de Investigación y Estudios Sociales (CÍES) (Estudio de medios correspondiente a la primera Ola de 2024). En el caso de los lotes 2, 6 y 10 (prensa digital), datos de audiencia de enero a abril de 2024 (ambos inclusive) certificados por GFK (datos de usuarios únicos y audiencia media) o, en su defecto, datos publicados por CIES (dato usuarios únicos y audiencia media).

Ponderación (porcentaje, exacto): 50

Criterio:

Tipo: Precio

Nombre: PROPUESTA ECONÓMICA

Descripción: 2) PROPUESTA ECONÓMICA: HASTA 30 PUNTOS Para los lotes de prensa escrita, prensa digital y televisión, tanto en castellano como en euskera, La propuesta económica consistirá en un descuento sobre los precios de tarifas oficiales del medio en todos y cada uno de productos publicitarios. Se tratará de un único porcentaje que se aplicará a los diferentes precios oficiales del medio (módulos, encartes, spots, banners, etc.). El porcentaje se expresará con un máximo de dos decimales. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación con mayor descuento, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su descuento. Se otorgarán los puntos en función de la siguiente fórmula: $P_i = (D_i \times P_{max}) / D_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote D_i = Porcentaje de descuento sobre todos sus precios oficiales ofertado por el medio de comunicación a valorar expresado con un máximo de dos

decimales. Pmax = Puntuación máxima correspondiente a la propuesta económica del lote con mayor oferta (= 30 puntos). Dmax = Porcentaje de descuento del medio que ha ofertado el descuento máximo sobre todos sus precios oficiales expresado con un máximo de dos decimales. - Para los lotes de radio, tanto general como en euskera, la oferta económica constará de dos apartados: - Oferta económica para las emisiones del espacio informativo "Día a día tu ciudad": hasta 20 puntos. La propuesta económica consistirá en un descuento sobre el precio de mercado para la emisión de "Día a día tu ciudad", de un minuto de duración, que se emitirá de lunes a viernes en la franja nacional matinal y en la franja local: - 10 puntos: precio de mercado para prime time (de lunes a viernes de 7.00 a 10.00 horas): 90 euros - 10 puntos: precio de mercado para horario local (de lunes a viernes de 12.30 a 14 horas): 45 euros Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación con mayor descuento, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su descuento. Se otorgarán los puntos en función de la siguiente fórmula: $P_i = (D_i \times P_{max}) / D_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote D_i = Porcentaje de descuento sobre el precio de mercado fijado en el pliego P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la propuesta económica del lote con mayor oferta (= 20 puntos) D_{max} = Porcentaje de descuento del medio que ha ofertado el descuento máximo sobre los precios de mercado para la emisión del "Día a día tu ciudad" - Oferta económica para la emisión de campañas municipales: hasta 10 puntos. La propuesta económica consistirá en un descuento sobre los precios de tarifas oficiales del medio en todos y cada uno de productos publicitarios. Se tratará de un único porcentaje que se aplicará a los diferentes precios oficiales del medio. El porcentaje se expresará con un máximo de dos decimales. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación con mayor descuento, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su descuento. Se otorgarán los puntos en función de la siguiente fórmula: $P_i = (D_i \times P_{max}) / D_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote. D_i = Porcentaje de descuento sobre todos sus precios oficiales ofertado por el medio de comunicación a valorar expresado con un máximo de dos decimales. P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la propuesta económica del lote con mayor oferta (= 10 puntos). D_{max} = Porcentaje de descuento del medio que ha ofertado el descuento máximo sobre todos sus precios oficiales expresado con un máximo de dos decimales.

Ponderación (porcentaje, exacto): 30

Criterio:

Tipo: Calidad

Nombre: MEJORAS PROPUESTAS

Descripción: 3) MEJORAS PROPUESTAS POR LOS MEDIOS: HASTA 10 PUNTOS En los lotes Prensa escrita, tanto general como en euskera: Módulos de anuncios en color: hasta 10 puntos. Número de módulos de anuncios impresos en color sin cargo adicional para el Ayuntamiento de Pamplona (se abonaría el precio en blanco y negro). Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación que oferte el mayor número de dichos módulos, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su oferta, conforme a la siguiente fórmula: $P_i = (N_i \times P_{max}) / N_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente a la mejora propuesta por el medio a valorar N_i = Número de módulos de anuncios impresos en color sin cargo adicional para el Ayuntamiento de Pamplona ofertados en la mejora propuesta P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la mejora propuesta que oferte el mayor número de módulos de anuncios impresos en color sin cargo adicional para el Ayuntamiento de Pamplona (= 10 puntos) N_{max} = Número de módulos de anuncios impresos en color sin cargo adicional para el Ayuntamiento de Pamplona ofertados en la

mejor mejora propuesta. En los lotes Prensa digital, tanto en general como en euskera: Brand days: hasta 10 puntos. Número de brand days sin cargo adicional ofertados para campañas del Ayuntamiento de Pamplona con inversión superior a los 3.000 euros. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación que oferte el mayor número de brand days, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su oferta, conforme a la siguiente fórmula: $P_i = (N_i \times P_{max}) / N_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente a la mejora propuesta por el medio a valorar. N_i = Número de brand days ofertados en la mejora propuesta. P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la mejora propuesta que oferte el mayor número de brand days (= 10 puntos). N_{max} = Número de brand days ofertados en la mejor mejora propuesta. En los lotes Radio, tanto general como en euskera: Cuñas de 30 segundos: hasta 10 puntos. Número de cuñas de 30 segundos ofertadas para campañas del Ayuntamiento de Pamplona a precio de cuñas de 20 segundos. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación que oferte el mayor número de dichas cuñas, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su oferta, conforme a la siguiente fórmula: $P_i = (N_i \times P_{max}) / N_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente a la mejora propuesta por el medio a valorar N_i = Número de cuñas de 30 segundos ofertadas al precio de cuñas de 20 segundos en la mejora propuesta P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la mejora propuesta que oferte el mayor número de cuñas de 30 segundos al precio de cuñas de 20 segundos (= 10 puntos) N_{max} = Número de cuñas de 30 segundos al precio de cuñas de 20 segundos ofertado en la mejor mejora propuesta En los lotes Televisión, tanto general como en euskera: Spots de 30 segundos: hasta 10 puntos. Número de spots de 30 segundos ofertados para campañas del Ayuntamiento de Pamplona a precio de spots de 20 segundos. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación que oferte el mayor número de dichos spots, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su oferta, conforme a la siguiente fórmula: $P_i = (N_i \times P_{max}) / N_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente a la mejora propuesta por el medio a valorar N_i = Número de spots de 30 segundos ofertados al precio de spots de 20 segundos en la mejora propuesta P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la mejora propuesta que oferte el mayor número de spots de 30 segundos al precio de spots de 20 segundos (= 10 puntos) N_{max} = Número de spots de 30 segundos al precio de spots de 20 segundos ofertado en la mejor mejora propuesta.

Ponderación (porcentaje, exacto): 10

Criterio:

Tipo: Calidad

Nombre: CRITERIOS SOCIALES

Descripción: 4) CRITERIOS SOCIALES: 10 PUNTOS Por la aprobación y difusión de un protocolo específico para el empleo de lenguaje de género en la empresa, de modo que toda la documentación, publicidad, imagen o material que se genere con motivo de la ejecución del contrato, utilice un uso no sexista del lenguaje, evite cualquier imagen discriminatoria de las mujeres o estereotipos sexistas y fomente una imagen con valores de igualdad, presencia equilibrada, diversidad, corresponsabilidad y pluralidad de roles e identidades de género. Posteriormente, la licitadora que resulte adjudicataria deberá presentar el protocolo.

Ponderación (porcentaje, exacto): 10

5.1.12. Condiciones de la contratación pública

Información sobre los plazos de revisión: - Reclamación especial en materia de contratación pública ante el TRIBUNAL ADMINISTRATIVO DE CONTRATOS PÚBLICOS de Navarra en el plazo de Diez días naturales contados a partir del día siguiente al de la notificación del acto

impugnado cuando se recurran los actos de licitación y de adjudicación por parte de los licitadores. En el caso de que se impugne un acto de exclusión de un licitador o la adjudicación, el plazo se computará a partir del día siguiente al de la notificación de la información preceptiva que establece el artículo 124.2 de la Ley Foral de Contratos Públicos de Navarra. - Recurso CONTENCIOSO-ADMINISTRATIVO ante la Sala de lo Contencioso-Admº del T.S.J. de Navarra en el plazo de DOS MESES desde el día siguiente al de notificación de esta resolución; o bien, - Recurso de ALZADA ante el Tribunal Administrativo de Navarra dentro del MES siguiente a la fecha de notificación de esta resolución.

5.1.15. Técnicas

Acuerdo marco: Acuerdo marco con convocatoria de nueva licitación

Información sobre el sistema dinámico de adquisición: Ningún sistema dinámico de adquisición

Subasta electrónica: no

5.1.16. Información adicional, mediación y recurso

Organización encargada de los procedimientos de recurso: AYUNTAMIENTO DE PAMPLONA

Organización que proporciona más información sobre los procedimientos de recurso:

AYUNTAMIENTO DE PAMPLONA

TED eSender: Publications Office of the European Union

5.1. Lote: LOT-0012

Título: TELEVISIÓN EUSKERA

Descripción: Compra directa de espacios de prensa digital en euskera para la inserción de anuncios

Identificador interno: LOTE_12_TELEVISIÓN_EUSKERA_3%

5.1.1. Finalidad

Naturaleza del contrato: Servicios

Clasificación principal (cpv): 79341000 Servicios de publicidad

5.1.2. Lugar de ejecución

Subdivisión del país (NUTS): Navarra (ES220)

País: España

5.1.5. Valor

Valor estimado, IVA excluido: 1 487,60 EUR

5.1.6. Información general

Proyecto de contratación pública no financiado con fondos de la UE

La contratación pública está cubierta por el Acuerdo sobre Contratación Pública (ACP): sí

Información sobre anuncios anteriores:

Identificador del anuncio anterior: 364569-2024

Identificador de la parte del anuncio anterior: 364569-2024

5.1.10. Criterios de adjudicación

Criterio:

Tipo: Calidad

Nombre: AUDIENCIA DEL MEDIO

Descripción: 1) AUDIENCIA DEL MEDIO DE COMUNICACIÓN (GENERAL): HASTA 50 PUNTOS En cada lote, se valorará con hasta 50 puntos la audiencia de los medios de comunicación de dicho lote. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación con mayor audiencia, puntuando al resto de medios del lote de forma

directamente proporcional a su audiencia. Se otorgarán los puntos en función de la siguiente fórmula: $P_i = (A_i \times P_{max}) / A_{max}$ Siendo: P_i = puntuación correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote. A_i = dato de audiencia correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote. P_{max} = puntuación máxima correspondiente al medio de comunicación con mayor audiencia (= 50 puntos). A_{max} = dato de audiencia del medio de comunicación con mayor audiencia del lote. Para valorar dicha audiencia en los lotes 1, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 11 y 12 (prensa escrita, radio y televisión, respectivamente) deberán aportarse los datos del último estudio de medios publicado por el Centro de Investigación y Estudios Sociales (CÍES) (Estudio de medios correspondiente a la primera Ola de 2024). En el caso de los lotes 2, 6 y 10 (prensa digital), datos de audiencia de enero a abril de 2024 (ambos inclusive) certificados por GFK (datos de usuarios únicos y audiencia media) o, en su defecto, datos publicados por CIES (dato usuarios únicos y audiencia media).

Ponderación (porcentaje, exacto): 50

Criterio:

Tipo: Precio

Nombre: PROPUESTA ECONÓMICA

Descripción: 2) PROPUESTA ECONÓMICA: HASTA 30 PUNTOS Para los lotes de prensa escrita, prensa digital y televisión, tanto en castellano como en euskera, La propuesta económica consistirá en un descuento sobre los precios de tarifas oficiales del medio en todos y cada uno de productos publicitarios. Se tratará de un único porcentaje que se aplicará a los diferentes precios oficiales del medio (módulos, encartes, spots, banners, etc.). El porcentaje se expresará con un máximo de dos decimales. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación con mayor descuento, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su descuento. Se otorgarán los puntos en función de la siguiente fórmula: $P_i = (D_i \times P_{max}) / D_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote D_i = Porcentaje de descuento sobre todos sus precios oficiales ofertado por el medio de comunicación a valorar expresado con un máximo de dos decimales. P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la propuesta económica del lote con mayor oferta (= 30 puntos). D_{max} = Porcentaje de descuento del medio que ha ofertado el descuento máximo sobre todos sus precios oficiales expresado con un máximo de dos decimales. - Para los lotes de radio, tanto general como en euskera, la oferta económica constará de dos apartados: - Oferta económica para las emisiones del espacio informativo "Día a día tu ciudad": hasta 20 puntos. La propuesta económica consistirá en un descuento sobre el precio de mercado para la emisión de "Día a día tu ciudad", de un minuto de duración, que se emitirá de lunes a viernes en la franja nacional matinal y en la franja local: - 10 puntos: precio de mercado para prime time (de lunes a viernes de 7.00 a 10.00 horas): 90 euros - 10 puntos: precio de mercado para horario local (de lunes a viernes de 12.30 a 14 horas): 45 euros Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación con mayor descuento, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su descuento. Se otorgarán los puntos en función de la siguiente fórmula: $P_i = (D_i \times P_{max}) / D_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote D_i = Porcentaje de descuento sobre el precio de mercado fijado en el pliego P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la propuesta económica del lote con mayor oferta (= 20 puntos) D_{max} = Porcentaje de descuento del medio que ha ofertado el descuento máximo sobre los precios de mercado para la emisión del "Día a día tu ciudad" - Oferta económica para la emisión de campañas municipales: hasta 10 puntos. La propuesta económica consistirá en un descuento sobre los precios de tarifas oficiales del medio en todos y cada uno de productos publicitarios. Se tratará de un único porcentaje que se aplicará a los

diferentes precios oficiales del medio. El porcentaje se expresará con un máximo de dos decimales. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación con mayor descuento, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su descuento. Se otorgarán los puntos en función de la siguiente fórmula: $P_i = (D_i \times P_{max}) / D_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote. D_i = Porcentaje de descuento sobre todos sus precios oficiales ofertado por el medio de comunicación a valorar expresado con un máximo de dos decimales. P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la propuesta económica del lote con mayor oferta (= 10 puntos). D_{max} = Porcentaje de descuento del medio que ha ofertado el descuento máximo sobre todos sus precios oficiales expresado con un máximo de dos decimales.

Ponderación (porcentaje, exacto): 30

Criterio:

Tipo: Calidad

Nombre: MEJORAS PROPUESTAS

Descripción: 3) MEJORAS PROPUESTAS POR LOS MEDIOS: HASTA 10 PUNTOS En los lotes Prensa escrita, tanto general como en euskera: Módulos de anuncios en color: hasta 10 puntos. Número de módulos de anuncios impresos en color sin cargo adicional para el Ayuntamiento de Pamplona (se abonaría el precio en blanco y negro). Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación que oferte el mayor número de dichos módulos, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su oferta, conforme a la siguiente fórmula: $P_i = (N_i \times P_{max}) / N_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente a la mejora propuesta por el medio a valorar N_i = Número de módulos de anuncios impresos en color sin cargo adicional para el Ayuntamiento de Pamplona ofertados en la mejora propuesta P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la mejora propuesta que oferte el mayor número de módulos de anuncios impresos en color sin cargo adicional para el Ayuntamiento de Pamplona (= 10 puntos) N_{max} = Número de módulos de anuncios impresos en color sin cargo adicional para el Ayuntamiento de Pamplona ofertados en la mejor mejora propuesta. En los lotes Prensa digital, tanto en general como en euskera: Brand days: hasta 10 puntos. Número de brand days sin cargo adicional ofertados para campañas del Ayuntamiento de Pamplona con inversión superior a los 3.000 euros. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación que oferte el mayor número de brand days, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su oferta, conforme a la siguiente fórmula: $P_i = (N_i \times P_{max}) / N_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente a la mejora propuesta por el medio a valorar. N_i = Número de brand days ofertados en la mejora propuesta. P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la mejora propuesta que oferte el mayor número de brand days (= 10 puntos). N_{max} = Número de brand days ofertados en la mejor mejora propuesta. En los lotes Radio, tanto general como en euskera: Cuñas de 30 segundos: hasta 10 puntos. Número de cuñas de 30 segundos ofertadas para campañas del Ayuntamiento de Pamplona a precio de cuñas de 20 segundos. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación que oferte el mayor número de dichas cuñas, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su oferta, conforme a la siguiente fórmula: $P_i = (N_i \times P_{max}) / N_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente a la mejora propuesta por el medio a valorar N_i = Número de cuñas de 30 segundos ofertadas al precio de cuñas de 20 segundos en la mejora propuesta P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la mejora propuesta que oferte el mayor número de cuñas de 30 segundos al precio de cuñas de 20 segundos (= 10 puntos) N_{max} = Número de cuñas de 30 segundos al precio de cuñas de 20 segundos ofertado en la mejor mejora propuesta En los lotes Televisión, tanto general como en euskera: Spots de 30

segundos: hasta 10 puntos. Número de spots de 30 segundos ofertados para campañas del Ayuntamiento de Pamplona a precio de spots de 20 segundos. Se otorgará la máxima puntuación prevista al medio de comunicación que oferte el mayor número de dichos spots, puntuando al resto de medios del lote de forma directamente proporcional a su oferta, conforme a la siguiente fórmula: $P_i = (N_i \times P_{max}) / N_{max}$ Siendo: P_i = Puntuación correspondiente a la mejora propuesta por el medio a valorar N_i = Número de spots de 30 segundos ofertados al precio de spots de 20 segundos en la mejora propuesta P_{max} = Puntuación máxima correspondiente a la mejora propuesta que oferte el mayor número de spots de 30 segundos al precio de spots de 20 segundos (= 10 puntos) N_{max} = Número de spots de 30 segundos al precio de spots de 20 segundos ofertado en la mejor mejora propuesta.

Ponderación (porcentaje, exacto): 10

Criterio:

Tipo: Calidad

Nombre: CRITERIOS SOCIALES

Descripción: 4) CRITERIOS SOCIALES: 10 PUNTOS Por la aprobación y difusión de un protocolo específico para el empleo de lenguaje de género en la empresa, de modo que toda la documentación, publicidad, imagen o material que se genere con motivo de la ejecución del contrato, utilice un uso no sexista del lenguaje, evite cualquier imagen discriminatoria de las mujeres o estereotipos sexistas y fomente una imagen con valores de igualdad, presencia equilibrada, diversidad, corresponsabilidad y pluralidad de roles e identidades de género. Posteriormente, la licitadora que resulte adjudicataria deberá presentar el protocolo.

Ponderación (porcentaje, exacto): 10

5.1.12. Condiciones de la contratación pública

Información sobre los plazos de revisión: - Reclamación especial en materia de contratación pública ante el TRIBUNAL ADMINISTRATIVO DE CONTRATOS PÚBLICOS de Navarra en el plazo de Diez días naturales contados a partir del día siguiente al de la notificación del acto impugnado cuando se recurran los actos de licitación y de adjudicación por parte de los licitadores. En el caso de que se impugne un acto de exclusión de un licitador o la adjudicación, el plazo se computará a partir del día siguiente al de la notificación de la información preceptiva que establece el artículo 124.2 de la Ley Foral de Contratos Públicos de Navarra. - Recurso CONTENCIOSO-ADMINISTRATIVO ante la Sala de lo Contencioso-Adm^v del T.S.J. de Navarra en el plazo de DOS MESES desde el día siguiente al de notificación de esta resolución; o bien, - Recurso de ALZADA ante el Tribunal Administrativo de Navarra dentro del MES siguiente a la fecha de notificación de esta resolución.

5.1.15. Técnicas

Acuerdo marco: Acuerdo marco con convocatoria de nueva licitación

Información sobre el sistema dinámico de adquisición: Ningún sistema dinámico de adquisición

Subasta electrónica: no

5.1.16. Información adicional, mediación y recurso

Organización encargada de los procedimientos de recurso: AYUNTAMIENTO DE PAMPLONA

Organización que proporciona más información sobre los procedimientos de recurso:

AYUNTAMIENTO DE PAMPLONA

TED eSender: Publications Office of the European Union

6. Resultados

Valor máximo de los acuerdos marco del presente procedimiento: 491 157,01 EUR

6.1. Resultados: identificador de lotes: LOT-0001

Estado de selección del ganador: Se ha escogido al menos un ganador.

Acuerdo marco:

Valor máximo del acuerdo marco: 138 842,98 EUR

6.1.2. Información de los ganadores

Ganador:

Denominación oficial: ZEROA MULTIMEDIA S.A.

Oferta:

Identificador de la oferta: ZEROA MULTIMEDIA S.A. LOTE 1

Identificador del lote o el grupo de lotes: LOT-0001

Valor de la concesión:

Subcontratación: No

Información del contrato:

Identificador del contrato: CONTRATO LOTES 1-2-9 ZEROA MULTIMEDIA

Fecha de celebración del contrato: 18/11/2024

Ganador:

Denominación oficial: BRANDOK COMUNICACIÓN S.L.

Oferta:

Identificador de la oferta: BRANDOK COMUNICACIÓN LOTE 1

Identificador del lote o el grupo de lotes: LOT-0001

Valor de la concesión:

Subcontratación: No

Información del contrato:

Identificador del contrato: CONTRATO LOTES 1-2 BRANDOK COMUNICACIÓN

Fecha de celebración del contrato: 22/11/2024

Ganador:

Denominación oficial: BAIGORRI ARGITALETXE S.A.

Oferta:

Identificador de la oferta: BAIGORRI ARGITALETXE LOTE 1

Identificador del lote o el grupo de lotes: LOT-0001

Valor de la concesión:

Subcontratación: No

Información del contrato:

Identificador del contrato: CONTRATO LOTES 1-5 BAIGORRI ARGITALETXE SA

Fecha de celebración del contrato: 21/11/2024

6.1.3. Licitadores no seleccionados:

Denominación oficial: IRAGARRI S.L.

6.1.4. Información estadística:

Ofertas o solicitudes de participación recibidas:

Tipo de presentaciones recibidas: Ofertas

Número de ofertas o solicitudes de participación recibidas: 4

6.1. Resultados: identificador de lotes: LOT-0002

Estado de selección del ganador: Se ha escogido al menos un ganador.

Acuerdo marco:

Valor máximo del acuerdo marco: 132 231,40 EUR

6.1.2. Información de los ganadores

Ganador:

Denominación oficial: GLOCAL INFLUENCE S.L.

Oferta:

Identificador de la oferta: GLOCAL INFLUENCE SL LOTE 2

Identificador del lote o el grupo de lotes: LOT-0002

Valor de la concesión:

Subcontratación: No

Información del contrato:

Identificador del contrato: CONTRATO LOTE 2 GLOCAL INFLUENCE SL

Fecha de celebración del contrato: 20/11/2024

Ganador:

Denominación oficial: ZEROA MULTIMEDIA S.A.

Oferta:

Identificador de la oferta: ZEROA MULTIMEDIA S.A. LOTE 2

Identificador del lote o el grupo de lotes: LOT-0002

Valor de la concesión:

Subcontratación: No

Información del contrato:

Identificador del contrato: CONTRATO LOTES 1-2-9 ZEROA MULTIMEDIA

Fecha de celebración del contrato: 18/11/2024

Ganador:

Denominación oficial: BRANDOK COMUNICACIÓN S.L.

Oferta:

Identificador de la oferta: BRANDOK COMUNICACIÓN S.L. LOTE 2

Identificador del lote o el grupo de lotes: LOT-0002

Valor de la concesión:

Subcontratación: No

Información del contrato:

Identificador del contrato: CONTRATO LOTES 1-2 BRANDOK COMUNICACIÓN

Fecha de celebración del contrato: 22/11/2024

Ganador:

Denominación oficial: SOCIEDAD ESPAÑOLA DE RADIODIFUSIÓN S.L.

Oferta:

Identificador de la oferta: SOCIEDAD ESPAÑOLA DE RADIODIFUSIÓN S.L.U LOTE 2

Identificador del lote o el grupo de lotes: LOT-0002

Valor de la concesión:

Subcontratación: No

Información del contrato:

Identificador del contrato: CONTRATO LOTES 2-3-10 SOCIEDAD ESPAÑOLA DE RADIODIFUSIÓN SLU

Fecha de celebración del contrato: 20/11/2024

Ganador:

Denominación oficial: COMUNIKAZE SOCIEDAD MICROCOOPERATIVA

Oferta:

Identificador de la oferta: COMUNIKAZE SOCIEDAD MICROCOOPERATIVA LOTE 2

Identificador del lote o el grupo de lotes: LOT-0002

Valor de la concesión:

Subcontratación: No

Información del contrato:

Identificador del contrato: CONTRATO LOTE 2 COMUNIKAZE SOCIEDAD MICROCOOPERATIVA

Fecha de celebración del contrato: 22/11/2024

Ganador:

Denominación oficial: TAI GABE DIGITALA, S.L.

Oferta:

Identificador de la oferta: TAI GABE DIGITALA LOTE 2

Identificador del lote o el grupo de lotes: LOT-0002

Valor de la concesión:

Subcontratación: No

Información del contrato:

Identificador del contrato: CONTRATO LOTES 2-6 TAI GABE DIGITALA SL

Fecha de celebración del contrato: 28/11/2024

6.1.3. Licitadores no seleccionados:

Denominación oficial: IRAGARRI S.L.

6.1.4. Información estadística:

Ofertas o solicitudes de participación recibidas:

Tipo de presentaciones recibidas: Ofertas

Número de ofertas o solicitudes de participación recibidas: 7

6.1. Resultados: identificador de lotes: LOT-0003

Estado de selección del ganador: Se ha escogido al menos un ganador.

Acuerdo marco:

Valor máximo del acuerdo marco: 85 950,41 EUR

6.1.2. Información de los ganadores

Ganador:

Denominación oficial: SOCIEDAD ESPAÑOLA DE RADIODIFUSIÓN S.L.

Oferta:

Identificador de la oferta: SOCIEDAD ESPAÑOLA DE RADIODIFUSIÓN S.L.U LOTE 3

Identificador del lote o el grupo de lotes: LOT-0003

Valor de la concesión:

Subcontratación: No

Información del contrato:

Identificador del contrato: CONTRATO LOTES 2-3-10 SOCIEDAD ESPAÑOLA DE RADIODIFUSIÓN SLU

Fecha de celebración del contrato: 20/11/2024

Ganador:

Denominación oficial: UNIPREX S.A.U.

Oferta:

Identificador de la oferta: UNIPREX S.A.U LOTE 3

Identificador del lote o el grupo de lotes: LOT-0003

Valor de la concesión:

Subcontratación: No

Información del contrato:

Identificador del contrato: CONTRATO LOTE 3 UNIPREX S.A.U

Fecha de celebración del contrato: 22/11/2024

Ganador:

Denominación oficial: RADIO POPULAR S.A.

Oferta:

Identificador de la oferta: RADIO POPULAR SA CADENA COPE LOTE 3

Identificador del lote o el grupo de lotes: LOT-0003

Valor de la concesión:

Subcontratación: No

Información del contrato:

Identificador del contrato: CONTRATO LOTE 3 RADIO POPULAR S.A. CADENA COPE

Fecha de celebración del contrato: 21/11/2024

6.1.4. Información estadística:

Ofertas o solicitudes de participación recibidas:

Tipo de presentaciones recibidas: Ofertas

Número de ofertas o solicitudes de participación recibidas: 3

6.1. Resultados: identificador de lotes: LOT-0004

Estado de selección del ganador: Se ha escogido al menos un ganador.

Acuerdo marco:

Valor máximo del acuerdo marco: 39 669,42 EUR

6.1.2. Información de los ganadores

Ganador:

Denominación oficial: SUMANDO TV Y WEB S.A.

Oferta:

Identificador de la oferta: SUMANDO TV Y WEB S.A. LOTE 4

Identificador del lote o el grupo de lotes: LOT-0004

Valor de la concesión:

Subcontratación: No

Información del contrato:

Identificador del contrato: CONTRATO LOTE 4 SUMANDO TV Y WEB S.A.

Fecha de celebración del contrato: 28/11/2024

6.1.4. Información estadística:

Ofertas o solicitudes de participación recibidas:

Tipo de presentaciones recibidas: Ofertas

Número de ofertas o solicitudes de participación recibidas: 1

6.1. Resultados: identificador de lotes: LOT-0005

Estado de selección del ganador: Se ha escogido al menos un ganador.

Acuerdo marco:

Valor máximo del acuerdo marco: 29 504,13 EUR

6.1.2. Información de los ganadores

Ganador:

Denominación oficial: BAIGORRI ARGITALETXE S.A.

Oferta:

Identificador de la oferta: BAIGORRI ARGITALETXE S.A LOTE 5

Identificador del lote o el grupo de lotes: LOT-0005

Valor de la concesión:

Subcontratación: No

Información del contrato:

Identificador del contrato: CONTRATO LOTES 1-5 BAIGORRI ARGITALETXE SA

Fecha de celebración del contrato: 21/11/2024

Ganador:

Denominación oficial: IRAGARRI S.L.

Oferta:

Identificador de la oferta: IRAGARRI SL LOTE 5

Identificador del lote o el grupo de lotes: LOT-0005

Valor de la concesión:

Subcontratación: No

Información del contrato:

Identificador del contrato: CONTRATO LOTES 5-6 IRAGARRI SL

Fecha de celebración del contrato: 22/11/2024

6.1.4. Información estadística:

Ofertas o solicitudes de participación recibidas:

Tipo de presentaciones recibidas: Ofertas

Número de ofertas o solicitudes de participación recibidas: 2

6.1. Resultados: identificador de lotes: LOT-0006

Estado de selección del ganador: Se ha escogido al menos un ganador.

Acuerdo marco:

Valor máximo del acuerdo marco: 28 099,17 EUR

6.1.2. Información de los ganadores

Ganador:

Denominación oficial: IRAGARRI S.L.

Oferta:

Identificador de la oferta: IRAGARRI S.L LOTE 6

Identificador del lote o el grupo de lotes: LOT-0006

Valor de la concesión:

Subcontratación: No

Información del contrato:

Identificador del contrato: CONTRATO LOTES 5-6 IRAGARRI SL

Fecha de celebración del contrato: 22/11/2024

Ganador:

Denominación oficial: TAI GABE DIGITALA, S.L.

Oferta:

Identificador de la oferta: TAI GABE DIGITALA SL LOTE 6

Identificador del lote o el grupo de lotes: LOT-0006

Valor de la concesión:

Subcontratación: No

Información del contrato:

Identificador del contrato: CONTRATO LOTES 2-6 TAI GABE DIGITALA SL

Fecha de celebración del contrato: 28/11/2024

6.1.4. Información estadística:

Ofertas o solicitudes de participación recibidas:

Tipo de presentaciones recibidas: Ofertas

Número de ofertas o solicitudes de participación recibidas: 2

6.1. Resultados: identificador de lotes: LOT-0007

Estado de selección del ganador: Se ha escogido al menos un ganador.

Acuerdo marco:

Valor máximo del acuerdo marco: 18 264,46 EUR

6.1.2. Información de los ganadores

Ganador:

Denominación oficial: IRUÑEKO KOMUNIKABIDEAK S.A.

Oferta:

Identificador de la oferta: IRUÑEKO KOMUNIKABIDEAK S.A. LOTE 7

Identificador del lote o el grupo de lotes: LOT-0007

Valor de la concesión:

Subcontratación: No

Información del contrato:

Identificador del contrato: CONTRATO LOTE 7 IRUÑEKO KOMUNIKABIDEAK S.A.

Fecha de celebración del contrato: 21/11/2024

6.1.4. Información estadística:

Ofertas o solicitudes de participación recibidas:

Tipo de presentaciones recibidas: Ofertas

Número de ofertas o solicitudes de participación recibidas: 1

6.1. Resultados: identificador de lotes: LOT-0008

Estado de selección del ganador: Se ha escogido al menos un ganador.

Acuerdo marco:

Valor máximo del acuerdo marco: 8 429,75 EUR

6.1.2. Información de los ganadores

Ganador:

Denominación oficial: NAFAR IKUSENTZUNEZKOAZ

Oferta:

Identificador de la oferta: NAFAR IKUSENTZUNEZKOAK S.A. LOTE 8

Identificador del lote o el grupo de lotes: LOT-0008

Valor de la concesión:

Subcontratación: No

Información del contrato:

Identificador del contrato: CONTRATO LOTE 8 NAFAR IKUSENTZUNEZKOAK S.A.

Fecha de celebración del contrato: 10/12/2024

Ganador:

Denominación oficial: ASOCIACIÓN CULTURAL XALOA DE ELIZONDO

Oferta:

Identificador de la oferta: ASOCIACIÓN CULTURAL XALOA LOTE 8

Identificador del lote o el grupo de lotes: LOT-0008

Valor de la concesión:

Subcontratación: No

Información del contrato:

Identificador del contrato: CONTRATO LOTE 8 ASOCIACIÓN CULTURAL XALOA

Fecha de celebración del contrato: 26/11/2024

6.1.4. Información estadística:

Ofertas o solicitudes de participación recibidas:

Tipo de presentaciones recibidas: Ofertas
Número de ofertas o solicitudes de participación recibidas: 2

6.1. Resultados: identificador de lotes: LOT-0009

Estado de selección del ganador: Se ha escogido al menos un ganador.
Acuerdo marco:
Valor máximo del acuerdo marco: 5 206,61 EUR

6.1.2. Información de los ganadores

Ganador:

Denominación oficial: ZEROA MULTIMEDIA S.A.

Oferta:

Identificador de la oferta: ZEROA MULTIMEDIA S.A. LOTE 9
Identificador del lote o el grupo de lotes: LOT-0009
Valor de la concesión:
Subcontratación: No
Información del contrato:
Identificador del contrato: CONTRATO LOTES 1-2-9 ZEROA MULTIMEDIA
Fecha de celebración del contrato: 18/11/2024

6.1.4. Información estadística:

Ofertas o solicitudes de participación recibidas:
Tipo de presentaciones recibidas: Ofertas
Número de ofertas o solicitudes de participación recibidas: 1

6.1. Resultados: identificador de lotes: LOT-0010

Estado de selección del ganador: Se ha escogido al menos un ganador.
Acuerdo marco:
Valor máximo del acuerdo marco: 4 958,68 EUR

6.1.2. Información de los ganadores

Ganador:

Denominación oficial: SOCIEDAD ESPAÑOLA DE RADIODIFUSIÓN S.L.

Oferta:

Identificador de la oferta: SOCIEDAD ESPAÑOLA DE RADIODIFUSIÓN S.L.U. LOTE 10
Identificador del lote o el grupo de lotes: LOT-0010
Valor de la concesión:
Subcontratación: No
Información del contrato:
Identificador del contrato: CONTRATO LOTES 2-3-10 SOCIEDAD ESPAÑOLA DE RADIODIFUSIÓN SLU
Fecha de celebración del contrato: 20/11/2024

6.1.4. Información estadística:

Ofertas o solicitudes de participación recibidas:
Tipo de presentaciones recibidas: Ofertas
Número de ofertas o solicitudes de participación recibidas: 1

6.1. Resultados: identificador de lotes: LOT-0011

Estado de selección del ganador:
No se ha escogido a ningún ganador y la licitación está cerrada.

Motivo por el que no se eligió un ganador:
No se recibieron ofertas, solicitudes de participación ni proyectos

6.1.4. Información estadística:

Ofertas o solicitudes de participación recibidas:
Tipo de presentaciones recibidas: Ofertas
Número de ofertas o solicitudes de participación recibidas: 0

6.1. Resultados: identificador de lotes: LOT-0012

Estado de selección del ganador:
No se ha escogido a ningún ganador y la licitación está cerrada.
Motivo por el que no se eligió un ganador:
No se recibieron ofertas, solicitudes de participación ni proyectos

6.1.4. Información estadística:

Ofertas o solicitudes de participación recibidas:
Tipo de presentaciones recibidas: Ofertas
Número de ofertas o solicitudes de participación recibidas: 0

8. Organizaciones

8.1. ORG-0002

Denominación oficial: ASOCIACIÓN CULTURAL XALOA DE ELIZONDO
Número de registro: G31602477
Localidad: PAMPLONA/IRUÑA
Código postal: 31001
Subdivisión del país (NUTS): Navarra (ES220)
País: España
Funciones de esta organización:
Licitador
Ganador de estos lotes: LOT-0008

8.1. ORG-0003

Denominación oficial: BAIGORRI ARGITALETXE S.A.
Número de registro: A01276906
Localidad: PAMPLONA/IRUÑA
Código postal: 31001
Subdivisión del país (NUTS): Navarra (ES220)
País: España
Funciones de esta organización:
Licitador
Ganador de estos lotes: LOT-0001, LOT-0005

8.1. ORG-0004

Denominación oficial: BRANDOK COMUNICACIÓN S.L.
Número de registro: B31909864
Localidad: PAMPLONA/IRUÑA
Código postal: 31001
Subdivisión del país (NUTS): Navarra (ES220)
País: España
Funciones de esta organización:

Licitador

Ganador de estos lotes: LOT-0001, LOT-0002

8.1. ORG-0005

Denominación oficial: COMUNIKAZE SOCIEDAD MICROCOOPERATIVA

Número de registro: F71272637

Localidad: PAMPLONA/IRUÑA

Código postal: 31001

Subdivisión del país (NUTS): Navarra (ES220)

País: España

Funciones de esta organización:

Licitador

Ganador de estos lotes: LOT-0002

8.1. ORG-0006

Denominación oficial: GLOCAL INFLUENCE S.L.

Número de registro: B71222574

Localidad: PAMPLONA/IRUÑA

Código postal: 31001

Subdivisión del país (NUTS): Navarra (ES220)

País: España

Funciones de esta organización:

Licitador

Ganador de estos lotes: LOT-0002

8.1. ORG-0007

Denominación oficial: IRAGARRI S.L.

Número de registro: B20810354

Localidad: PAMPLONA/IRUÑA

Código postal: 31001

Subdivisión del país (NUTS): Navarra (ES220)

País: España

Funciones de esta organización:

Licitador

Ganador de estos lotes: LOT-0005, LOT-0006

8.1. ORG-0008

Denominación oficial: NAFAR IKUSENTZUNEZKOAZ

Número de registro: A01418565

Localidad: PAMPLONA/IRUÑA

Código postal: 31001

Subdivisión del país (NUTS): Navarra (ES220)

País: España

Funciones de esta organización:

Licitador

Ganador de estos lotes: LOT-0008

8.1. ORG-0009

Denominación oficial: RADIO POPULAR S.A.

Número de registro: A28281368

Localidad: PAMPLONA/IRUÑA

Código postal: 31001
Subdivisión del país (NUTS): Navarra (ES220)
País: España
Funciones de esta organización:
Licitador
Ganador de estos lotes: LOT-0003

8.1. ORG-0010

Denominación oficial: SOCIEDAD ESPAÑOLA DE RADIODIFUSIÓN S.L.
Número de registro: B28016970
Localidad: PAMPLONA/IRUÑA
Código postal: 31001
Subdivisión del país (NUTS): Navarra (ES220)
País: España
Funciones de esta organización:
Licitador
Ganador de estos lotes: LOT-0002, LOT-0003, LOT-0010

8.1. ORG-0011

Denominación oficial: SUMANDO TV Y WEB S.A.
Número de registro: A31743495
Localidad: PAMPLONA/IRUÑA
Código postal: 31001
Subdivisión del país (NUTS): Navarra (ES220)
País: España
Funciones de esta organización:
Licitador
Ganador de estos lotes: LOT-0004

8.1. ORG-0012

Denominación oficial: TAI GABE DIGITALA, S.L.
Número de registro: B75034793
Localidad: PAMPLONA/IRUÑA
Código postal: 31001
Subdivisión del país (NUTS): Navarra (ES220)
País: España
Funciones de esta organización:
Licitador
Ganador de estos lotes: LOT-0002, LOT-0006

8.1. ORG-0013

Denominación oficial: UNIPREX S.A.U.
Número de registro: A28782936
Localidad: Pamplona
Código postal: 31001
Subdivisión del país (NUTS): Navarra (ES220)
País: España
Funciones de esta organización:
Licitador
Ganador de estos lotes: LOT-0003

8.1. ORG-0014

Denominación oficial: ZEROA MULTIMEDIA S.A.

Número de registro: A31455082

Localidad: PAMPLONA/IRUÑA

Código postal: 31001

Subdivisión del país (NUTS): Navarra (ES220)

País: España

Funciones de esta organización:

Licitador

Ganador de estos lotes: LOT-0001, LOT-0002, LOT-0009

8.1. ORG-0015

Denominación oficial: IRUÑEKO KOMUNIKABIDEAK S.A.

Número de registro: A31197312

Localidad: PAMPLONA/IRUÑA

Código postal: 31001

Subdivisión del país (NUTS): Navarra (ES220)

País: España

Funciones de esta organización:

Licitador

Ganador de estos lotes: LOT-0007

8.1. ORG-0016

Denominación oficial: AYUNTAMIENTO DE PAMPLONA

Número de registro: P3120100G

Localidad: PAMPLONA/IRUÑA

Código postal: 31001

Subdivisión del país (NUTS): Navarra (ES220)

País: España

Punto de contacto: Sandra Parra

Correo electrónico: pamplona@pamplona.es

Teléfono: 948420100

Funciones de esta organización:

Comprador

Organismo comprador central que adjudica contratos públicos o celebra acuerdos marco de obras, suministros o servicios destinados a otros compradores

Organización encargada de los procedimientos de recurso

Organización que proporciona más información sobre los procedimientos de recurso

8.1. ORG-0000

Denominación oficial: Publications Office of the European Union

Número de registro: PUBL

Localidad: Luxembourg

Código postal: 2417

Subdivisión del país (NUTS): Luxembourg (LU000)

País: Luxemburgo

Correo electrónico: ted@publications.europa.eu

Teléfono: +352 29291

Dirección de internet: <https://op.europa.eu>

Funciones de esta organización:

11. Información del anuncio

11.1. Información del anuncio

Identificador/versión del anuncio: 345677df-4c7b-4f3a-8b08-c71ebc600691 - 01

Tipo de formulario: Resultados

Tipo de anuncio: Anuncio de adjudicación de contrato o concesión. Régimen normal

Subtipo de anuncio: 29

Fecha de envío del anuncio: 18/02/2025 08:57:51 (UTC)

Lenguas en las que este anuncio está disponible oficialmente: español

11.2. Información de publicación

Número de publicación del anuncio: 110120-2025

Número de la edición del DO S: 35/2025

Fecha de publicación: 19/02/2025