

GUGGENHEIM BILBAO

PLIEGO DE CLÁUSULAS ECONÓMICO-ADMINISTRATIVAS QUE RIGE LA LICITACIÓN PARA CONTRATAR LA ELABORACIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE MARKETING Y MEDIOS PARA LA PROMOCIÓN DE LA PROGRAMACIÓN ARTÍSTICA DEL MUSEO GUGGENHEIM BILBAO DURANTE EL AÑO 2018

CUADRO RESUMEN

A. OBJETO DEL CONTRATO

Elaboración de una estrategia de marketing y medios para la promoción de la Programación artística del Museo Guggenheim Bilbao durante el año 2018.

B. VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO

El valor estimado del contrato asciende a 500.000 euros (IVA no incluido).

C. DURACIÓN

El contrato entrará en vigor en la fecha de su firma y extenderá su vigencia hasta la finalización de las acciones de difusión de la última campaña objeto de promoción y la entrega de un balance final de conclusiones, que tendrá lugar no más tarde del 31 de diciembre de 2018, pudiendo prorrogarse, por mutuo acuerdo de las partes antes de su finalización, para cubrir la estrategia de marketing y medios en el año 2019.

D. PLAZO DE PRESENTACIÓN DE PROPOSICIONES

Las proposiciones se presentarán en las dependencias de la Fundación, calle Abandoibarra Etorbidea, 2, de Bilbao, **antes de las 10:00 horas del día 28 de febrero de 2018.**

El horario de recepción es de 9:00 a 14:00 horas y de 15:00 a 18:30 horas, de lunes a jueves, y de 9:00 a 15:00 horas los viernes.

E. FIANZA DEFINITIVA

5% del importe de la adjudicación (excluido el IVA).

F. ACTOS DE APERTURA DE PROPOSICIONES

La apertura del sobre B (Documentación evaluable mediante juicio de valor) tendrá lugar en las dependencias de la Fundación, calle Abandoibarra Etorbidea, 2, de Bilbao, **a las 9:30 horas del día 6 de marzo de 2018.**

La apertura del sobre C (Documentación valorable mediante la aplicación de fórmula) tendrá lugar en las dependencias de la Fundación, calle Abandoibarra Etorbidea, 2, de Bilbao, **a las 10:00 horas del día 23 de marzo de 2018.**

G. CONSULTAS

Las consultas serán atendidas en el Departamento de Comunicación y Marketing del Museo Guggenheim Bilbao, en el teléfono 944 039 000.

GUGGENHEIM BILBAO

PLIEGO DE CLÁUSULAS ECONÓMICO-ADMINISTRATIVAS QUE RIGE LA LICITACIÓN PARA CONTRATAR LA ELABORACIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE MARKETING Y MEDIOS PARA LA PROMOCIÓN DE LA PROGRAMACIÓN ARTÍSTICA DEL MUSEO GUGGENHEIM BILBAO DURANTE EL AÑO 2018, POR PARTE DE LA FUNDACIÓN DEL MUSEO GUGGENHEIM BILBAO (DENOMINADA EN ADELANTE EN ESTE PLIEGO DE FORMA ABREVIADA COMO FUNDACIÓN)

I. ELEMENTOS DEL CONTRATO

1. OBJETO DEL CONTRATO

1.1 Elaboración de una estrategia de marketing y medios para la promoción de la Programación artística del Museo Guggenheim Bilbao durante el año 2018, según lo previsto en el Pliego de Condiciones Técnicas.

1.2 El contrato se ejecutará conforme a las especificaciones técnicas que se establecen en el Pliego de Condiciones Técnicas, cuyo conjunto de documentos integrantes tendrá carácter contractual, y de acuerdo con lo previsto en el presente Pliego de Cláusulas Económico-Administrativas. Ambos documentos deberán ser firmados por el adjudicatario en prueba de conformidad en el acto de formalización del contrato.

2. NORMAS REGULADORAS

El contrato objeto de la presente licitación tiene carácter privado. Se regirá, en cuanto a su preparación y adjudicación, en primer lugar, por las cláusulas contenidas en este Pliego y en el Pliego de Condiciones Técnicas y, supletoriamente, por lo dispuesto en las Instrucciones internas de contratación de la Fundación y las disposiciones legales y reglamentarias que regulan la contratación administrativa y, en particular, por lo previsto en el Texto Refundido de la Ley de Contratos del Sector Público (Real Decreto Legislativo 3/2011, de 14 de noviembre) y en sus disposiciones de desarrollo; y, en cuanto a sus efectos y extinción, por las normas de Derecho Privado.

3. VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO

3.1 El valor estimado del contrato asciende a la cantidad reseñada en el apartado «B» del Cuadro Resumen del presente Pliego.

3.2 En el precio ofertado por los licitadores, que no podrá superar el valor estimado del contrato, quedarán incluidos todos los conceptos, tales como impuestos, gastos, tasas y arbitrios de cualquier ámbito fiscal, a excepción del I.V.A., así como todos los gastos repercutibles asociados al contrato, de creatividad, producción de soportes, etc., traslados, correo, teléfono y fax, seguros, aranceles, licencias y autorizaciones de todo tipo que recaigan sobre el servicio, así como cualesquiera otros que estuvieran previstos en el Pliego de Condiciones Técnicas y el beneficio industrial del contratista.

4. DURACIÓN

El contrato entrará en vigor en la fecha de su firma y extenderá su vigencia hasta la finalización de las acciones de difusión de la última campaña objeto de promoción y la entrega de un balance final de conclusiones, que tendrá lugar no más tarde del 31 de diciembre de 2018, pudiendo prorrogarse, por mutuo acuerdo de las partes antes de su finalización, para cubrir la estrategia de marketing y medios en el año 2019.

5. FORMA DE ADJUDICACIÓN

El contrato se adjudicará mediante el procedimiento abierto.

II. PRESENTACIÓN DE PROPOSICIONES Y DOCUMENTACIÓN EXIGIDA

6. PRESENTACIÓN DE PROPOSICIONES

6.1 La presentación de proposiciones presume por parte del licitador la aceptación incondicionada de las cláusulas de este Pliego, del Pliego de Condiciones Técnicas y del resto de los documentos contractuales, así como la declaración responsable de la exactitud de todos los datos presentados y de que reúne todas y cada una de las condiciones exigidas para la contratación del servicio.

6.2 Las proposiciones se presentarán en las dependencias de la Fundación, Abandoibarra Etorbidea, 2, de Bilbao, dentro del plazo fijado en el apartado «D» del Cuadro Resumen del presente Pliego.

6.3 Cada licitador no podrá presentar más de una proposición económica.

6.4 Los licitadores podrán concurrir a la presente licitación bien de manera individual o bien en unión temporal con otros empresarios. En el caso de que varios empresarios se constituyan en unión temporal, quedarán todos ellos obligados solidariamente frente a la Fundación y deberán nombrar un representante o apoderado único de la unión, con poderes bastantes para ejercitar los derechos y cumplir las obligaciones que del contrato se deriven.

6.5 Ningún licitador podrá suscribir ninguna propuesta en unión temporal con otros empresarios, si lo hubiera hecho individualmente, ni figurar en más de una unión temporal. La infracción de estas normas dará lugar a la no admisión de todas las propuestas por él suscritas.

7. CONTENIDO DE LAS PROPOSICIONES

7.1 El licitador, dentro del plazo y en el lugar establecidos, deberá presentar tres sobres cerrados (A, B y C), con la documentación que luego se especifica, señalando en cada uno el objeto del contrato fijado en el apartado «A» del Cuadro Resumen del presente Pliego, la denominación de la empresa, el correo electrónico de contacto, el nombre y apellidos de quien firme la proposición y el carácter con que lo hace, todo ello de forma legible. Los sobres deberán estar, necesariamente, firmados por el licitador o persona que lo represente.

7.2 Sobre «A»: Documentación General: aptitud para contratar y solvencia

Los licitadores deberán incluir en el sobre «A» los siguientes documentos:

a) Declaración responsable de no hallarse incurso en ninguna de las causas de prohibición para contratar con el sector público previstas en el artículo 60 del Texto Refundido de la Ley de Contratos del Sector Público.

b) D.N.I. de la persona que presenta la proposición en nombre propio o como apoderado.

c) Cuando el licitador sea una sociedad o persona jurídica, apoderamiento bastante que le habilite para concurrir a la suscripción de contratos en nombre del representado. Dicho poder deberá estar debidamente inscrito, en su caso, en el Registro Mercantil.

d) Cuando el licitador fuera sociedad o persona jurídica, escritura de constitución, estatutos o acto fundacional con sus modificaciones si las hubiere, debidamente inscritos en el Registro público que corresponda.

e) Certificación o certificaciones positivas en vigor expedidas a tal efecto por las Haciendas que corresponda de estar al corriente del cumplimiento de las obligaciones tributarias.

GUGGENHEIM BILBAO

f) Último recibo del Impuesto sobre Actividades Económicas.

g) Certificación positiva en vigor expedida por la Tesorería Provincial de la Seguridad Social, que acredite estar inscrito y haber afiliado, en su caso, y haber dado de alta a los trabajadores que tenga a su servicio y estar al corriente en el pago de las cuotas y otras deudas con la Seguridad Social.

h) Informe de instituciones financieras acreditando la solvencia económica y financiera.

i) Curriculum de la empresa acreditando una experiencia mínima de cinco años en la prestación de servicios similares a los del objeto del contrato que incluya el alcance, importe, fechas y destinatario de los mismos.

Aquellas empresas que estén inscritas en un Registro Oficial de Licitadores y Empresas Clasificadas podrán acreditar las circunstancias señaladas en los apartados a) a g) mediante una certificación del registro o mediante un certificado comunitario de clasificación, acompañando una declaración responsable del licitador en la que manifieste que las circunstancias reflejadas en el certificado no han experimentado variación.

7.3 Sobre «B»: Documentación evaluable mediante juicio de valor

Los licitadores deberán aportar en el sobre «B» toda aquella documentación que sea necesaria para la ponderación de los criterios técnicos de valoración y, en particular, lo siguiente:

- a) Propuesta de creatividad, diseño y producción para la Campaña 1: *Arte y China después de 1989: El teatro del mundo*, incluyendo las piezas descritas a continuación:
 - Gráfica para prensa adaptada a los siguientes formatos: página (339mm x 256mm), media página (168mm x 256mm) y robapáginas vertical (140mm x 227mm), que se presentará impresa en cartón-pluma.
 - Gráfica para soporte de exterior, adaptada a las siguientes medidas: opi (0,77m x 1,17m) y luminoso (3m x1,20 m), que se presentará impresa en cartón-pluma.
 - *Storyboard* o *animatic* del spot (versiones de 30 y 20 segundos), y propuesta de planteamiento de 2 productoras.
 - Cuña de radio de 20 segundos en español.
 - *Online*: desarrollo de los formatos digitales que contenga la estrategia *online* propuesta.
 - Acción no convencional: detalle de la propuesta, alcance, calendario y acciones de difusión planteadas para obtener impacto mediático.
- b) Propuesta de estrategia de marketing y publicidad que incluya la estrategia de medios y que combine el presupuesto libre con el presupuesto de intercambio, justificando adecuadamente el nivel de cumplimiento de objetivos, alcance y cobertura esperados en cada campaña y justificación del reparto de pesos entre las distintas muestras.
- c) Equipo profesional: curriculum de los profesionales asignados al contrato durante toda la duración del mismo, excluyendo los servicios externalizados (agencias de medios, productoras, etc.). Además, se detallará la dedicación horaria (número de horas al mes) incluida en el fee de agencia por parte de cada uno de los profesionales.

GUGGENHEIM BILBAO

7.4 Sobre «C». Documentación valorable mediante la aplicación de fórmula

Contendrá, exclusivamente, una sola proposición firmada por el licitador o persona que lo represente, conforme al modelo que figura como Anexo I al presente Pliego. En el precio ofertado por los licitadores quedarán incluidos todos los trabajos y conceptos, tales como impuestos, gastos, tasas y arbitrios de cualquier ámbito fiscal, a excepción del I.V.A. que se indicará como partida independiente, así como todos los gastos repercutibles asociados al contrato, de creatividad, producción de soportes, etc., traslados, correo, teléfono y fax, seguros, aranceles, licencias y autorizaciones de todo tipo que recaigan sobre el servicio, así como cualesquiera otros que estuvieran previstos en el Pliego de Condiciones Técnicas y el beneficio industrial del contratista.

No se aceptarán aquellas proposiciones que tengan contradicciones, omisiones, errores o tachaduras que impidan conocer claramente lo que se estime fundamental para considerar la oferta o las varíen sustancialmente con respecto al modelo establecido.

7.5 Cuando varias empresas acudan a la licitación constituyendo una unión temporal, cada uno de los empresarios que la componen deberá presentar la documentación que integra el sobre «A», Documentación General: aptitud para contratar y solvencia. Así mismo, deberán indicarse los nombres y circunstancias de los empresarios que integren la agrupación temporal y la participación de cada uno de ellos y designarse la persona o entidad que durante la vigencia del contrato ha de ostentar la plena representación de todos ellos frente a la Fundación. Además se incluirá el compromiso de constituirse en unión temporal en caso de resultar adjudicatarios.

7.6 La capacidad de obrar de las empresas no españolas de Estados miembros de la Unión Europea se acreditará mediante la inscripción en el registro procedente de acuerdo con la legislación del Estado donde están establecidas, o mediante presentación de una declaración jurada o certificado, en los términos que se establezcan reglamentariamente, de acuerdo con las disposiciones comunitarias de aplicación. Los demás empresarios extranjeros deberán acreditar su capacidad de obrar con informe de la Misión Diplomática Permanente de España en el Estado correspondiente o de la Oficina Consular en cuyo ámbito territorial radique el domicilio de la empresa. Además sus proposiciones deberán ir acompañadas de una declaración de someterse a la Jurisdicción de los Juzgados y Tribunales españoles de cualquier orden para las incidencias que de modo directo o indirecto pudieran surgir del contrato, con renuncia, en su caso, al fuero jurisdiccional extranjero que pudiera corresponderles.

7.7 Transcurrido el plazo de dos meses desde la adjudicación del contrato sin que se haya procedido a la recogida de la documentación presentada por los licitadores, la Fundación podrá disponer sobre su destrucción.

7.8 La Fundación podrá comprobar, tanto antes como después de la adjudicación y en el curso del contrato, la veracidad del contenido de los documentos incluidos en los sobres «A» y «B», entendiéndose que la falsedad de los datos y circunstancias presentados por el licitador puede ser causa de resolución del contrato, en su caso, por incumplimiento imputable al contratista, con pérdida de la fianza definitiva constituida o, en su caso, indemnización por el valor de aquélla si aún no se hubiera constituido.

III. CLÁUSULAS ESPECIALES DE LA LICITACIÓN

8. APERTURA DE LAS PROPOSICIONES

8.1 Se examinará con carácter previo el contenido de los sobres «A», calificándose los documentos presentados por los licitadores en tiempo y forma. Si se observasen defectos u omisiones en la documentación que fuesen subsanables, o se considerase necesaria alguna aclaración, se notificará a los licitadores concediéndoles un plazo máximo de tres días hábiles para realizar las correcciones, subsanaciones o aclaraciones pertinentes.

GUGGENHEIM BILBAO

8.2 A continuación según lo previsto en el apartado «F» del Cuadro Resumen del presente Pliego, se procederá en acto público a comunicar a los licitadores qué proposiciones han sido admitidas y, en su caso, inadmitidas y los motivos de su inadmisión. Así mismo, se procederá a la apertura de la documentación relativa a los aspectos evaluables mediante juicio de valor de las proposiciones, disponiendo su traslado para la formulación de un Informe técnico que evaluará la calidad y la mayor o menor ventaja de las proposiciones presentadas, conforme a los criterios previstos en el apartado 9 siguiente.

8.3 En la forma prevista en el apartado «F» del Cuadro Resumen del presente Pliego se dará cuenta a los licitadores, en acto público, de los resultados del Informe técnico y de la puntuación correspondiente a cada una de las ofertas admitidas a la licitación. A continuación, se efectuará la apertura de las proposiciones contenidas en los sobres «C», dándose lectura a las mismas.

8.4 A la vista del contenido de los sobres «C» y en base al Informe técnico referido en el apartado anterior, se formulará un Informe de adjudicación que será notificado por vía electrónica a los licitadores.

9. ADJUDICACIÓN

9.1 Las proposiciones serán valoradas conforme a los siguientes criterios y ponderaciones:

Criterio de valoración	Ponderación
Precio	50%
Calidad de la oferta	25%
Estrategia de medios	20%
Metodología	5%

9.2 Criterios sujetos a juicio de valor

- Calidad de la oferta: se valorará la calidad e innovación de la creatividad propuesta para la campaña solicitada, la traslación de la misma a los diferentes soportes que la integran y la coherencia global de la campaña (20 puntos), así como la calidad de la acción de marketing no convencional solicitada, en base a su capacidad de generar notoriedad mediática de calidad (5 puntos).
- Estrategia de medios: se valorará la estrategia propuesta y la idoneidad para alcanzar los objetivos establecidos en el Pliego de Condiciones Técnicas (20 puntos).
- Metodología: se tendrá en cuenta la calidad del equipo profesional en base a su experiencia, así como la dedicación horaria de cada perfil asignado al contrato (5 puntos).

Las ofertas que no alcanzaran un mínimo de 35 puntos de los 50 correspondientes a los criterios sujetos a juicio de valor serán automáticamente rechazadas y no pasarán a la apertura de la proposición económica.

9.3 Criterio sujeto a fórmula

- Precio: se asignarán 50 puntos a la oferta más barata, que no sea temeraria o desproporcionada, valorando el resto de forma inversamente proporcional, con arreglo a la siguiente fórmula: $50 \times (\text{oferta más barata} / \text{oferta valorada})$.

GUGGENHEIM BILBAO

Se podrá considerar una oferta desproporcionada o temeraria cuando se encuentre en los siguientes supuestos:

- a) Cuando concurren dos licitadores y una oferta sea inferior en más de 30 unidades porcentuales a la otra oferta.
- b) Cuando concurren tres licitadores, las que sean inferiores en más de 20 unidades porcentuales a la media aritmética de las ofertas presentadas. No obstante, se excluirá para el cómputo de dicha media la oferta de cuantía más elevada cuando sea superior en más de 20 unidades porcentuales a dicha media.
- c) Cuando concurren cuatro o más licitadores, las que sean inferiores en más de 15 unidades porcentuales a la media aritmética de las ofertas presentadas. No obstante, si entre ellas existen ofertas que sean superiores a dicha media en más de 15 unidades porcentuales, se procederá al cálculo de una nueva media sólo con las ofertas que no se encuentren en el supuesto indicado. En todo caso, si el número de las restantes ofertas es inferior a tres, la nueva media se calculará sobre las tres ofertas de menor cuantía.

La Fundación, antes de rechazar la oferta que de acuerdo con lo anterior pueda ser considerada desproporcionada o temeraria, solicitará por escrito a la empresa licitadora que corresponda las precisiones que considere oportunas sobre la composición de la oferta, y comprobará esta composición teniendo en cuenta las explicaciones recibidas. La Fundación para aceptar o rechazar dicha oferta podrá tomar en consideración las explicaciones del ahorro que representa el método, las soluciones técnicas aplicadas, o las excepcionales condiciones económicas a que tenga acceso la empresa licitadora para la ejecución de los servicios.

9.4 La adjudicación definitiva se pondrá en conocimiento del adjudicatario y de los restantes licitadores. La adjudicación deberá recaer, en todo caso, en favor de un contratista de entre los que hubiesen acreditado el cumplimiento de sus obligaciones fiscales y de Seguridad Social.

IV. FORMALIZACIÓN DEL CONTRATO

10. OBLIGACIONES PREVIAS A LA FORMALIZACIÓN DEL CONTRATO

Previamente a la formalización del contrato, el adjudicatario deberá aportar el documento que acredite haber constituido fianza definitiva por el importe que se señala en el apartado «E» del Cuadro Resumen del presente Pliego, mediante alguno de los medios previstos en el artículo 96 del Texto Refundido de la Ley de Contratos del Sector Público.

11. FORMALIZACIÓN DEL CONTRATO

11.1 El documento de formalización del contrato se otorgará en la fecha que se indique en la notificación de la adjudicación definitiva.

11.2 Simultáneamente a la formalización del contrato, el adjudicatario firmará la conformidad a este Pliego y al Pliego de Condiciones Técnicas. Todos estos documentos y las características de la oferta adjudicataria tendrán carácter contractual.

V. EJECUCIÓN DEL CONTRATO

12. EJECUCIÓN DEL CONTRATO

GUGGENHEIM BILBAO

12.1 La ejecución del contrato se realizará a riesgo y ventura del contratista, con sujeción a lo establecido en su clausulado y en los Pliegos, y de acuerdo con las instrucciones que para su interpretación diera la Fundación.

12.2 El contratista está obligado a cumplir el contrato dentro del plazo total fijado para la realización del mismo y de acuerdo con los calendarios ofertados y plazos parciales que defina la Fundación durante la ejecución del contrato.

12.3 Si el contratista, por causas imputables al mismo, hubiera incurrido en demora de los plazos parciales de manera que haga presumir razonablemente la imposibilidad de cumplimiento del plazo total o dicho plazo total hubiera quedado incumplido, la Fundación podrá optar indistintamente por la resolución del contrato con pérdida de fianza o por la imposición de penalidades conforme a lo establecido en el artículo 212 del Texto Refundido de la Ley de Contratos del Sector Público. La constitución en mora del contratista no requerirá interpelación o intimación previa por parte de la Fundación.

13. ABONOS AL CONTRATISTA

13.1 El adjudicatario tendrá derecho al abono de la prestación realizada con arreglo al precio convenido y de acuerdo con las condiciones establecidas en el contrato.

13.2 El pago del precio se realizará, contra presentación de las correspondientes facturas, de acuerdo al siguiente calendario:

- Un 35% del precio será abonado a la firma del contrato
- Un 35% del precio será abonado el 15 de julio de 2018, una vez la Fundación dé su visto bueno a los servicios prestados hasta la fecha
- El 30% restante será abonado a la finalización del contrato y entrega del balance final, una vez la Fundación dé su conformidad a los servicios prestados

Los pagos se realizarán en los plazos legalmente establecidos, teniendo en cuenta que las fechas de pago en la Fundación son los 15 y 30 de cada mes.

13.3 Queda expresamente excluida la revisión del precio durante el plazo inicial de vigencia del contrato. En caso de prórroga, el precio será actualizado conforme a la variación interanual del Índice de Precios al Consumo (IPC) vigente en la CAPV en el momento de formalización de la prórroga.

14. RESPONSABILIDAD POR DAÑOS

Será de cuenta del contratista indemnizar todos los daños que se causen a la Fundación, a su personal o a terceros como consecuencia de las operaciones que requiera la ejecución del contrato, de acuerdo con lo previsto en el artículo 214 del Texto Refundido de la Ley de Contratos del Sector Público. Además, el contratista se compromete a indemnizar y mantener libre de responsabilidad a la Fundación ante cualquier daño, reclamación, gasto o cualquier otra responsabilidad derivada de los servicios prestados por el contratista en virtud del presente contrato o de los resultados de dichos servicios.

15. OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA

15.1 El personal de toda clase que realice sus tareas en los trabajos de ejecución del servicio por cuenta del contratista ejecutará su misión bajo la única y exclusiva responsabilidad de éste.

El contratista quedará obligado con respecto al personal que emplee en la prestación de los servicios objeto de este contrato al cumplimiento de las disposiciones vigentes en materia de Legislación Laboral y Social y de Seguridad y Salud Laboral, así como de las que se promulguen durante la ejecución

GUGGENHEIM BILBAO

del mismo. El contratista, antes del comienzo de la prestación del servicio, deberá informar al personal dependiente de él de los riesgos propios del centro de trabajo, de las medidas de prevención de tales riesgos y de las medidas de emergencia aplicables, velando así mismo porque dicha información haya sido efectivamente suministrada al personal de las empresas subcontratistas. El incumplimiento de estas obligaciones por parte del contratista, o la infracción de las disposiciones sobre seguridad por parte del personal técnico designado por él, no implicará responsabilidad alguna para la Fundación.

15.2 El contratista deberá observar las normas de seguridad vigentes en la Fundación y su personal deberá seguir las instrucciones de ésta respecto a horarios, zonas del Museo por las que están autorizados a circular y puntos de entrada y salida. La Fundación se reserva el derecho de inspeccionar los equipos y pertenencias del personal de acuerdo con sus procedimientos habituales.

15.3 Todas las actividades desarrolladas por el adjudicatario para llevar a cabo el objeto del contrato, dentro o fuera de las instalaciones de la Fundación, deberán respetar la política ambiental de la organización, así como dar cumplimiento tanto a los requisitos legales aplicables como a aquellos compromisos de carácter ambiental que la Fundación suscriba.

15.4 El contratista será responsable de la calidad técnica de los trabajos que desarrolle y de las prestaciones y servicios realizados, así como de las consecuencias que se deduzcan para la Fundación o para terceros de las omisiones, errores, métodos inadecuados o conclusiones incorrectas en la ejecución del contrato. La Fundación exigirá la subsanación por el contratista de los defectos, insuficiencias técnicas, errores materiales, omisiones e infracciones de preceptos legales o reglamentarios que le sean imputables, otorgándole al efecto el plazo que estime oportuno.

15.5 Cuando el contratista o el personal dependiente de él incurran en actos u omisiones que comprometan o perturben la buena marcha de la ejecución del contrato, la Fundación podrá exigirle la adopción de medidas concretas y eficaces para conseguir restablecer el buen orden y ritmo en la ejecución de lo pactado.

15.6 El equipo profesional asignado al contrato así como su dedicación horaria constituyen un aspecto vinculante de la oferta del contratista, obligándose éste a mantener durante todo el plazo de vigencia del contrato la calidad del equipo propuesto. En caso de que se requiera realizar algún cambio respecto de los profesionales incluidos en la oferta deberá comunicarse a la Fundación con antelación suficiente para su aprobación.

15.7 El contratista, para utilizar materiales, suministros, procedimientos y equipos para la ejecución del contrato deberá obtener las licencias, cesiones, permisos y autorizaciones necesarios de los titulares de los derechos de propiedad industrial, patentes, modelos y marcas de fábrica correspondientes.

15.8 Todos los materiales elaborados por el adjudicatario como resultado de la prestación del servicio objeto del contrato serán propiedad de la Fundación, que podrá recabar en cualquier momento la entrega del trabajo realizado, siempre que sea compatible con el calendario de actuaciones y no afecte al correcto desarrollo del servicio. Además, el contratista no podrá utilizar para sí, ni proporcionar a terceros ni implantar en otras organizaciones los diseños, contenidos, métodos, procedimientos, sistemas, etc. que sean desarrollados para la Fundación como consecuencia de los trabajos objeto del presente contrato.

15.9 En lo referente a los derechos de propiedad intelectual o industrial que pudieran corresponder al contratista en virtud de la ejecución del contrato, se estará a lo dispuesto en el artículo 301.2 del Texto Refundido de la Ley de Contratos del Sector Público.

15.10 El nombre Guggenheim y la representación gráfica del edificio del Museo Guggenheim Bilbao son marcas registradas. El contratista no podrá utilizar dichas marcas ni reproducciones, imágenes

GUGGENHEIM BILBAO

o fotografías de las mismas, a través de ningún medio ni para ningún fin comercial o no comercial, sin la previa autorización escrita de la Fundación.

15.11 La Fundación dispone de un Código Ético que agrupa los principios de actuación y las buenas prácticas que, desde una visión responsable y ética, presiden los comportamientos individuales y colectivos en el Museo Guggenheim Bilbao, así como de unas Normas de Conducta con las pautas y normas generales que imperativamente deben observar todas las personas que intervengan en su gestión, operativa y funcionamiento. Todo ello forma parte del Programa de Cumplimiento, un sistema de control interno y vigilancia que permite prevenir o reducir significativamente el riesgo de comisión de delitos y facilitar su detección. El contratista manifiesta conocer y aceptar las normas citadas (<http://www.guggenheim-bilbao-corp.eus/codigo-etico-y-programa-de-cumplimiento/>), que seguirá en sus relaciones con la Fundación.

15.12 El contratista estará obligado a facilitar la realización de las inspecciones que decida llevar a cabo la Fundación, proporcionando los antecedentes, informes y datos necesarios para ello. En los casos de disconformidad o discrepancia en los resultados de los análisis, comprobaciones o pruebas, el contratista podrá presentar los que estime pertinentes en forma de peritajes, dictámenes o análisis realizados por Centros y Órganos Oficiales, que servirán como elementos de juicio para la decisión definitiva de la Fundación.

15.13 Todos los trabajos realizados para el buen fin del contrato tendrán carácter confidencial, no pudiendo el contratista utilizar para sí ni proporcionar a terceros dato o información alguna sobre ellos, estando, por tanto, obligado a poner todos los medios a su alcance para conservar el carácter confidencial y reservado, tanto de la información y documentación recibidas de la Fundación, como de la ejecución de su trabajo.

15.14 Todos los datos facilitados por el contratista a la Fundación para la formalización del contrato y durante su ejecución tendrán la consideración de datos de personas físicas que prestan sus servicios en personas jurídicas y no se reputarán datos personales, según lo dispuesto en el artículo 2.2 del Reglamento de Desarrollo de la Ley Orgánica 15/1999, aprobado mediante Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre.

15.15 Los servicios serán prestados de conformidad con la Ley Orgánica 15/1999 de Protección de Datos de Carácter Personal y con la Ley 34/2002 de Servicios de la Sociedad de la Información, comprometiéndose el contratista a implantar todas las medidas que resulten de aplicación. Cualquier tratamiento o acceso a datos de carácter personal por parte del contratista se reputará tratamiento por cuenta de terceros siendo de aplicación todas las obligaciones previstas en el artículo 12 de la L.O. 15/1999.

16. CESIÓN DEL CONTRATO Y SUBCONTRATACIÓN

16.1 No se admitirá la cesión del contrato y, en caso de producirse, será causa de resolución del mismo.

16.2 Si el contratista tuviera necesidad de subcontratar partes específicas del contrato, lo pondrá en conocimiento de la Fundación con anterioridad, identificando las condiciones técnicas del subcontrato. La Fundación se reserva el derecho de admitir o no la subcontratación, fijar sus límites y exigir al subcontratista las necesarias garantías, todo ello de acuerdo con lo previsto en los artículos 227 y 228 del Texto Refundido de la Ley de Contratos del Sector Público. Queda expresamente prohibida la subcontratación de empresas siempre que se superen dos niveles de subcontratación.

En cualquier caso, los subcontratistas quedarán sólo obligados frente al contratista principal, quien asumirá la total responsabilidad de la ejecución del servicio con arreglo a los términos del contrato.

GUGGENHEIM BILBAO

17. MODIFICACIONES DEL CONTRATO

17.1 La Fundación podrá modificar el contrato en razón de sus necesidades reales, mediante aumento, reducción o supresión de los servicios objeto del contrato, o la sustitución de unos por otros. Estas modificaciones serán obligatorias para el contratista.

17.2 Si la Fundación acordara la suspensión del contrato, se deberá levantar la correspondiente Acta de Suspensión, abonándose al contratista los daños y perjuicios efectivamente sufridos por éste.

VI. CONCLUSIÓN DEL CONTRATO

18. EXTINCIÓN DEL CONTRATO

18.1 El contrato se extinguirá por resolución y por conclusión o cumplimiento del mismo.

18.2 Son causas de resolución del contrato, además de las previstas en el presente Pliego, las que enumeran los artículos 223 y 308 del Texto Refundido de la Ley de Contratos del Sector Público, con los efectos que se señalan en los artículos 225 y 309.

18.3 A la extinción del contrato, no se producirá en ningún caso consolidación de las personas que hayan realizado los trabajos objeto del contrato como personal de la Fundación, de acuerdo a lo previsto en el artículo 301.4 del Texto Refundido de la Ley de Contratos del Sector Público.

19. RECEPCIÓN

19.1 El contrato se entenderá cumplido por el contratista cuando éste haya realizado, de acuerdo con los términos del mismo y a satisfacción de la Fundación, la totalidad de su objeto. A la recepción de los servicios, la Fundación se reserva el derecho a comprobar la calidad técnica del resultado del trabajo.

19.2 Para ello, la Fundación determinará si la prestación realizada por el contratista se ajusta a las prescripciones establecidas para su ejecución y cumplimiento, requiriendo, en su caso, la realización de las prestaciones contratadas y la subsanación de los defectos observados con ocasión de su recepción. Si los trabajos efectuados no se adecuaran a la prestación contratada como consecuencia de vicios o defectos imputables al contratista, la Fundación podrá rechazarlos, quedando exenta de la obligación de pago o teniendo derecho, en su caso, a la recuperación del precio satisfecho.

19.3 Una vez producida la recepción, se procederá a la liquidación del contrato, abonando el saldo resultante al contratista.

20. PLAZO DE GARANTÍA

20.1 El plazo de garantía será de seis meses y se computará a partir de la fecha de la recepción o conformidad de la Fundación con el servicio.

20.2 Si durante el plazo de garantía se acreditase la existencia de vicios o defectos en los trabajos efectuados, la Fundación tendrá derecho a reclamar al contratista la subsanación de los mismos.

20.3 Terminado el plazo de garantía sin objeciones por parte de la Fundación, quedará extinguida la responsabilidad del contratista, y si no resultasen responsabilidades que hayan de ejercitarse sobre la fianza definitiva, se acordará la cancelación de la misma.

GUGGENHEIM BILBAO

ANEXO I.- MODELO DE PROPOSICIÓN ECONÓMICA

D., con domicilio en calle y provisto de D.N.I. número en nombre propio o en representación de la empresa con correo electrónico domicilio en calle tfno..... y C.I.F.

DECLARO:

I. Que estoy enterado del anuncio publicado en el Perfil de Contratante de la Fundación del Museo Guggenheim Bilbao de la licitación para contratar la elaboración de una estrategia de marketing y medios para la promoción de la Programación artística del Museo Guggenheim Bilbao durante el año 2018.

II. Que conozco el Pliego de Condiciones Técnicas y el Pliego de Cláusulas Económico-Administrativas y demás documentación que debe regir el contrato, que expresamente asumo y acato en su totalidad.

III. Que igualmente conozco los textos legales y reglamentarios a que se refiere la cláusula segunda del Pliego de Cláusulas Económico-Administrativas.

IV. Que encuentro de conformidad, me someto voluntariamente y acepto íntegramente y sin variación todos los documentos y los textos legales y reglamentarios a los que se refieren los apartados II y III anteriores y VI siguiente.

V. Que la empresa a la que represento cumple con todos los requisitos y obligaciones exigidos por la normativa vigente para su apertura, instalación y funcionamiento.

VI. Que ofrezco realizar las prestaciones del contrato antes mencionado con estricta sujeción a la documentación señalada y en especial al Pliego de Cláusulas Económico-Administrativas y Pliego de Condiciones Técnicas, en la cantidad total y máxima de (debe expresarse en cifra y letra) euros, IVA no incluido que asciende, al 21%, a (indicar en cifra y letra).....euros.

En dicho precio deben entenderse incluidos todos los conceptos tales como impuestos, gastos, tasas y arbitrios de cualquier ámbito fiscal, a excepción del I.V.A. que se indica como partida independiente, así como todos los gastos repercutibles asociados al contrato, de creatividad, producción de soportes, etc., traslados, correo, teléfono y fax, seguros, aranceles, licencias y autorizaciones de todo tipo que recaigan sobre el servicio, así como cualesquiera otros que estuvieran previstos en el Pliego de Condiciones Técnicas y el beneficio industrial del contratista.

Se adjunta Desglose del precio ofertado, según la tabla que figura a continuación.

En a de de

Fdo.:

D.N.I.:

GUGGENHEIM BILBAO

DESGLOSE DE PRECIOS (IMPORTES SIN IVA)

IMPORTE TOTAL DE LA PROPUESTA	€	
	Euros	% sobre total
Honorarios de agencia*		
Costes de producción		
Importe en medios libres		

*Los Honorarios de agencia deben incluir el desarrollo de todos los soportes comprendidos en el contrato por parte de los perfiles destinados al mismo en el apartado Metodología.

COSTES DE PRODUCCIÓN

Los presupuestos de producción constituyen el pago a proveedores externos (costes de locución de anuncios, producción de spot, derechos musicales, imprenta, contratación de personal para acción no convencional, etc.), excluyendo comisiones de agencia.

CAMPAÑA <i>Arte y China después de 1989: El teatro del mundo</i>	Euros	% sobre total prod.
Spot		
Radio		
Otros soportes a producir incluidos en la propuesta (a especificar)		

CAMPAÑA <i>Verano 2018</i>	Euros	% sobre total prod.
Spot		
Radio		
Otros soportes a producir incluidos en la propuesta (a especificar)		

CAMPAÑA <i>De Van Gogh a Picasso. El legado Thannhauser</i>	Euros	% sobre total prod.
Otros soportes a producir incluidos en la propuesta (a especificar)		

CAMPAÑA <i>Alberto Giacometti: retrospectiva</i>	Euros	% sobre total prod.
Spot		
Radio		
Otros soportes a producir incluidos en la propuesta (a especificar)		

DESGLOSE DEL PLAN DE MEDIOS

PLAN DE MEDIOS LIBRES	Euros	% s/ total med. libres

CAMPAÑA <i>Arte y China después de 1989: El teatro del mundo</i>	Euros	% s/ total med. libres
Medio 1 (ejemplo prensa)		
Medio 2 (ejemplo radio)		
Otros medios (a especificar)		

CAMPAÑA <i>Verano 2018</i>	Euros	% s/ total med. libres
Medio 1 (ejemplo prensa)		
Medio 2 (ejemplo radio)		
Otros medios (a especificar)		

GUGGENHEIM BILBAO

CAMPAÑA <i>De Van Gogh a Picasso: El legado Thannhauser</i>	Euros	% s/ total med. libres
Medio 1 (ejemplo prensa)		
Medio 2 (ejemplo radio)		
Otros medios (a especificar)		

CAMPAÑA <i>Alberto Giacometti: retrospectiva</i>	Euros	% s/ total med. libres
Medio 1 (ejemplo prensa)		
Medio 2 (ejemplo radio)		
Otros medios (a especificar)		

PLAN DE MEDIOS INTERCAMBIO	Euros	% s/ total med. int.

CAMPAÑA <i>Arte y China después de 1989: El teatro del mundo</i>	Euros	% s/ total med. int.
Medio 1 (ejemplo prensa)		
Medio 2 (ejemplo radio)		
Otros medios (a especificar)		

CAMPAÑA <i>Verano 2018</i>	Euros	% s/ total med. int.
Medio 1 (ejemplo prensa)		
Medio 2 (ejemplo radio)		
Otros medios (a especificar)		

CAMPAÑA <i>De Van Gogh a Picasso: El legado Thannhauser</i>	Euros	% s/ total med. int.
Medio 1 (ejemplo prensa)		
Medio 2 (ejemplo radio)		
Otros medios (a especificar)		

CAMPAÑA <i>Alberto Giacometti: retrospectiva</i>	Euros	% s/ total med. int.
Medio 1 (ejemplo prensa)		
Medio 2 (ejemplo radio)		
Otros medios (a especificar)		