

PLIEGO DE CONDICIONES TÉCNICAS

TÍTULO:

- **SERVICIOS DE IMPRESIÓN DE PUBLICACIONES PARA LA COMERCIALIZACIÓN E INFORMACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS DE CORREOS 2012 Y 2013**

1. OBJETO DEL CONTRATO:

El objeto del presente Pliego es la adjudicación de servicios de producción del material necesario para hacer publicidad en los puntos de venta (PLV en oficinas), ayuda a los Delegados de Ventas para la comercialización de los productos de Correos, Ferias y Exposiciones y acciones de Marketing Directo. Así como para una información de los productos y servicios y los cambios que se producen en momentos puntuales y que es conveniente que los clientes conozcan, como apertura de nuevas oficinas, implantación o cambio de códigos postales en zonas determinadas y cualquier otra información de tipo institucional o corporativa que por el tipo de publicación se adapte a dos grupos de impresión:

- ✓ Carpetas (Fólder), fichas, trípticos y cuatrípticos comerciales
- ✓ Carteles, dípticos y folletos informativos

La segmentación en dos grupos es interna de Correos y responde a la definición del tipo de contenido, pero técnicamente para su realización se agrupa en unos conjuntos de soportes de impresión, cada uno de ellos con unas características técnicas descritas en los siguientes puntos.

2. OBJETIVO:

Estas acciones deben estar orientadas a difundir y dar a conocer los diferentes productos y servicios que presta Correos, complementándose con una visión global que refuerce la imagen de modernidad del Correo Público en un ámbito general y con una coherencia interna de mensaje de cara al cliente.

3. PLANIFICACIÓN DE LAS ACCIONES:

El material de Carpetas (Fólder), fichas y trípticos comerciales, tiene un fin comercial y va dirigido fundamentalmente a grandes empresas, PYMES y profesiones liberales, clientes o potenciales clientes de Correos, como herramienta que facilite las acciones de Marketing Directo (mailings) y la venta a los comerciales.

El material compuesto por Carteles, dípticos y folletos informativos tiene principalmente un fin informativo y va dirigido a un target muy amplio que abarca tanto empresas como particulares y profesiones liberales y del que es necesario disponer cuando se implantan o se producen cambios en productos y servicios de Correos y su objetivo es informar sobre productos y servicios en las oficinas de Correos o mediante realización de buzoneos y mailings sobre apertura de nuevas oficinas, implantación o cambio de códigos postales en zonas determinadas y cualquier otra información de tipo institucional o corporativa que por el tipo de publicación se adapte al material descrito en este lote.

3.1. PRODUCCIÓN:

En este punto se recogen todos los trabajos y sus gastos, derivados desde la aprobación del arte final a cada soporte hasta su entrega a Correos.

- I. **CARPETAS (folder)**
- II. **FICHAS DE CARPETA**
- III. **TRÍPTICOS**
- IV. **CUATRÍPTICOS**

El objeto es facilitar como se detalla en la introducción al punto 3, la comercialización de los distintos productos a los Delegados de Ventas en su relación con sus clientes, así como las acciones de Marketing Directo (mailings) que Correos considere debe llevar a cabo.

CARACTERÍSTICAS:

Carpetas

Tirada: 36.000 unidades
Modelos: 3
Formato: 230 x 315 mm. cerrada (460 x 315 mm. abierta)
Impresión: 4/4 tintas (cuatricromía)
Papel: Estucado brillo de 340 gr. (cartulina)
Interior: Llevará una solapa en la parte inferior de la pala derecha, para sujeción de las fichas que se incorporen a la carpeta, de 20 x 20 mm. aproximadamente.

Fichas

Tirada: 300.000 unidades aproximadamente
Modelos: 3
Formato: 195 x 285 mm. (con una pestaña de 15 x 45 mm. para indicar nombre del producto)
Impresión: 4/4 tintas (cuatricromía), en ambas caras.
Papel: Estucado brillo de 250 gr.

Trípticos

Formato pequeño:

Tirada: 5.000.000 unidades
Modelos: 7
Formato: 100 x 210 mm. cerrado (300 x 210 mm. abierto)
Impresión: 4/4 tintas (cuatricromía)
Papel: Estucado brillo de 125 gr. (papel ecológico)

Formato grande:

Tirada: 49.000 unidades
Modelos: 7
Formato: 160 x 340 mm. cerrado (480 x 340 mm. abierto)
Impresión: 4/4 tintas (cuatricromía)
Papel: Estucado brillo de 250 gr. (papel ecológico)

Cuadrípticos

Formato pequeño:

Tirada: 5.000.000 unidades
Modelos: 4
Formato: 100 x 210 mm. cerrado
Impresión: 4/4 tintas (cuatricromía)
Papel: Estucado brillo de 125 gr. (papel ecológico)

Formato grande:

Tirada: 50.000 unidades
Modelos: 2
Formato: 160 x 340 mm. cerrado
Impresión: 4/4 tintas (cuatricromía)
Papel: Estucado brillo de 250 gr. (papel ecológico)

- V. **CARTELES**
- VI. **DÍPTICOS**
- VII. **FOLLETOS**

El objeto es la publicidad en los puntos de venta (PLV en oficinas) y el de facilitar información adecuada al cliente sobre implantación o cambios que se vayan produciendo en productos y servicios de Correos y que se detalla en la introducción al punto 3.

CARACTERÍSTICASCarteles sobremesa

Tirada: 35.000 unidades
Modelos: 7
Formato: DIN A3
Impresión: 4/0 tintas (cuatricromía)
Papel: Estucado brillo de 170 gr. (papel ecológico)
Cintas adhesivas: El cartel llevará en el reverso dos cintas adhesivas horizontales (una en la parte superior y la otra en la inferior) para facilitar la colocación y una mejor fijación.

Carteles pared

Tirada: 49.000 unidades
Modelos: 7
Formato: 640 x 860 mm.
Impresión: 4/0 tintas (cuatricromía)
Papel: Estucado brillo de 170 gr. (papel ecológico)

Dípticos:

Tirada: 12.000.000 unidades
Modelos: 7
Formato: 100 x 210 mm. cerrado (200 x 210 mm. abierto)
Impresión: 4/4 tintas (cuatricromía)
Papel: Estucado brillo de 125 gr. (papel ecológico)

Folletos:

Formato Pequeño

Tirada: 300.000 unidades
Modelos: 4
Páginas: 16 páginas, incluida la cubierta.
Formato: 100 x 210 mm. cerrado
Impresión: 4/4 tintas (cuatricromía)
Papel: Estucado brillo de 125 gr. (papel ecológico)
Encuadernación: Plegado, alzado, cortado y cosido a caballete con 2 grapas.

Formato Grande

Tirada: 300.000 unidades
Modelos: 2

Páginas: 16 páginas, incluida la cubierta.

Formato: 210 x 150 mm. Cerrado. (abierto 420 x 150 mm)
Impresión: 4/4 tintas (cuatricromía)
Papel: Estucado brillo de 150 gr. (papel ecológico), barniz UVI y troquel en 6 pag.
Encuadernación: Plegado, alzado, cortado y cosido a caballete con 2 grapas.

Bilingüismo:

La producción de los elementos comunicacionales que constituye el material descrito anteriormente deberá realizarse teniendo en cuenta el bilingüismo existente en la zona geográfica donde vaya a ejecutarse la acción publicitaria (Cataluña, Galicia, Valencia y País Vasco). A título orientativo, y partiendo de las tiradas totales antes indicadas, por cada 10 unidades: 5 se imprimirán en castellano, 2 en castellano-catalán, 1 en castellano-gallego, 1 en castellano-valenciano y 1 en castellano-vascuence.

La empresa adjudicataria realizará las traducciones en los distintos idiomas, con cargo a su cuenta, a partir de los textos en castellano que facilite Correos, dándoles la forma comunicativa y publicitaria que considere más idónea, siendo responsable ante cualquier error manifiesto debiendo, en este caso, repetir el material sin cargo alguno para Correos.

Depósito y transporte:

El adjudicatario deberá entregar el material en el lugar de Madrid que Correos estime conveniente y el stock en el almacén de Marketing en Mejorada del Campo. Esta distribución es válida tanto para las remesas individuales como para las de conjunto. El adjudicatario se encargará del transporte y descarga física de dicho material.

El adjudicatario contratista responderá de los menoscabos, daños y perjuicios que pudiera sufrir el material durante el tiempo en el que sea depositario del mismo, que no será nunca superior a un mes.

El material se entregará debidamente embalado y clasificado en las cantidades que estipule Correos en su momento

Asimismo, el adjudicatario contratista será responsable de los desperfectos y menoscabos que el material sufriera como consecuencia de su manipulado en su almacén y posterior transporte, o cuando aquellos se deban a un embalaje inadecuado en función de las características del material.

Diseño:

Una parte importante de las publicaciones llevarán incluido diseño gráfico ajeno a este expediente. No obstante, se podrá solicitar diseño y adaptaciones para los distintos soportes, incorporando el coste al presupuesto global.

3.2. CALENDARIO DE EJECUCIÓN

La producción de este material se realizará durante el periodo de contratación, según las necesidades que vayan surgiendo en cada momento de acuerdo con el planning de actuación pactado con Correos.

Las empresas licitadoras deberán presentar un planning de actuación en tiempo a partir de las directrices de actuación que marque Correos.

La realización del material deberá estar disponible para producto individualizado en el plazo de 10 a 25 días, en cuanto a producción y referido a diseño a partir de la petición de Correos de 5 días.

La tirada y producción de este material está distribuido a lo largo del periodo de contratación y podrán variarse las tiradas de tal forma que algún producto pueda realizarse independientemente del resto o bien incrementándose el número de productos, debiéndose mantenerse las mismas condiciones en cuanto a precio, plazo y características técnicas ofertadas y adjudicadas.

3.3. SEGUIMIENTO Y CONTROL

El seguimiento y control de los trabajos resultado de la ejecución de servicios objeto del presente pliego, serán llevados a cabo por la persona designada por Correos para dicho proyecto.

El adjudicatario deberá comunicar previamente todas las acciones a realizar para su aprobación, así como cualquier problema que pudiera surgir, debiendo entregar muestra de cada una de las acciones ya realizadas en el Área de Marketing de Correos.

4.- INTERLOCUTORES DE LA EMPRESA ADJUDICATARIA

Por parte de Correos, se designará un responsable del seguimiento de la ejecución del suministro.

Por su parte, una vez formalizado el contrato, la Empresa adjudicataria igualmente designará un jefe del proyecto, cuyos datos, a efecto de

comunicaciones facilitará al responsable del seguimiento de la ejecución del contrato por parte de Correos.

El adjudicatario se obliga a no sustituir al personal que haya designado como interlocutores ante la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, salvo por causas valoradas y autorizadas previamente por la Dirección Comercial y Marketing de esta Sociedad.

Asimismo la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, a través de la Dirección Comercial y Marketing, se reserva el derecho a exigir la sustitución del personal designado por la empresa adjudicataria como interlocutores por mal comportamiento, incapacidad, ineficacia u otras causas manifiestas de su no idoneidad para la prestación de los servicios de publicidad.

En estos casos la Dirección Comercial y Marketing realizará la comunicación, cuando tenga conocimiento de las irregularidades de tales comportamientos, comprometiéndose la empresa adjudicataria a la sustitución del personal afectado, en un plazo de 48 horas desde la recepción de tal requerimiento.

5.- DISEÑO DE ACCIONES A DESARROLLAR

Los distintos representantes de la empresa adjudicataria que hayan sido designados como interlocutores ante la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos concretarán, en el plazo de quince (15) días hábiles desde la formalización del contrato, un Plan de Actuación de acuerdo con las directrices fijadas por los representantes de Correos.

El Plan de Actuación, así como cualquier modificación del mismo, deberá ser autorizado por el área de Marketing operativo de Correos.

6.- MODIFICACIÓN DE LAS LÍNEAS CREATIVAS

Una vez seleccionada la propuesta definitiva entre las líneas creativas planteadas por el adjudicatario, Correos podrá realizar las modificaciones que estime oportunas, las cuáles se incluirán en la realización de las artes finales, para la consecución correcta.

La empresa adjudicataria deberá aportar una copia en soporte informático para macintosh de todas y cada una de las piezas publicitarias diseñadas al Área de Marketing Operativo.

7.- DURACIÓN DEL CONTRATO

La duración del contrato será desde la fecha de la firma del mismo hasta su finalización 31 de diciembre de 2013.

8.- REVISIÓN DE PRECIOS

En este contrato no se contempla la revisión de precios

9. SOLICITUD DE PARTICIPACIÓN

En respuesta al anuncio de licitación de esta contratación, y dentro del plazo previsto en dicho anuncio, los interesados en participar deberán hacer su solicitud de participación por cualquiera de los medios previstos en el artículo 74 de la Ley 31/2007, de 30 de octubre, sobre procedimientos de contratación en los sectores del agua, la energía, los transportes y los servicios postales. Dicha solicitud de participación que deberá confirmarse por escrito en caso de hacerlo por teléfono, deberá en todo caso acompañarse del SOBRE NÚMERO 2 "Documentación general" a que se refiere el apartado 14.2 del Pliego de Condiciones Generales, debiendo presentarse en los términos previstos en el apartado 13 de dicho Pliego de Condiciones Generales, y contener exclusivamente la documentación exigida para el mismo.

Para participar en esta contratación deberá acreditarse la solvencia económica y financiera por cualquiera de los medios previstos en el artículo 75 del Real Decreto Legislativo 3/2011 de 14 de noviembre y la solvencia técnica o profesional por cualquiera de los medios previstos en el artículo 78 del citado Real Decreto Legislativo.

Una vez comprobada la documentación acreditativa de la personalidad, y del cumplimiento de los requisitos de participación exigidos, la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos S.A. procederá a enviar invitación a presentar oferta a los candidatos seleccionados. La presentación de la oferta se hará mediante la presentación del "SOBRE NÚMERO 1" y el "SOBRE NÚMERO 3" previstos en los apartados 14.1 y 14.3, respectivamente, del Pliego de Condiciones Generales", y en los términos previstos en el apartado 13 de dicho Pliego.

Los oferentes que opten por presentar su solicitud de participación y/o su oferta por correo deberán justificar fecha y hora de presentación en la oficina de

Correos y lo comunicarán al Registro General de Correos por telegrama, burofax ó fax nº 91.596.32.54, todo ello antes de la finalización del plazo establecido.

El incumplimiento de esta operativa será causa suficiente para la descalificación de la oferta.

9.1.- OFERTA TÉCNICA (sobre número 1)

En el presente sobre, debidamente referenciado, se debe aportar la siguiente documentación técnica, detallando de los puntos especificados en la valoración técnica de ofertas apartado 10; puntuación de la primera fase, los que hacen referencia a:

- Experiencia
- Valores ecológicos y reciclables

Igualmente presentarán:

- Una memoria actualizada de su empresa, en la que figuren los siguientes aspectos:
 - Importes totales de las facturaciones anuales durante los tres últimos ejercicios, indicándose importe, fechas y destino público o privado.
 - Relación de clientes con facturaciones superiores a 60.000 € en dichos ejercicios.
 - Nº de empleados y estructura de la empresa.

La no presentación de toda la documentación solicitada puede dar lugar a la exclusión de la oferta para la presente contratación.

Toda la documentación técnica exigida deberá ser presentada en castellano.

9.2. - OFERTA ECONÓMICA (sobre número 3)

La oferta económica, además de cumplir los requisitos exigidos en el apartado 14.3 del Pliego de Condiciones Generales (ANEXO 1 del pliego de Condiciones Generales), deberá incluir, de forma separada, los siguientes conceptos:

- Importe total del objeto del contrato.
- Precio por millar de cada apartado/acción que structure debiendo presentarse las ofertas excluyendo el IVA o cualquier otro impuesto indirecto equivalente de acuerdo al cuadro que figura en el "ANEXO PUBLICACIONES 2012 Y 2013" de este pliego.

9.3 MUESTRAS

Las empresas concursantes deberán presentar en el registro general junto con el sobre 1 y 3 muestras de acuerdo a:

- ✓ Carpetas (Fólder), fichas, trípticos y cuatrípticos comerciales
 - ✓ Carteles, dípticos y folletos informativos
-
- Material que se utilizará en cada una de las características descritas en el punto 3.1. Propuestas de diseño, y desarrollo lo más ajustado posible en forma y contenido a los modelos finales para cada uno de los formatos, soportes y medios propuestos, según requerimientos solicitados para el producto: Paquetería 360° y Paquetería e-commerce.
 - Muestras de trabajos similares realizados para Correos u otras empresas de análogas características. Certificando de un tercero que confirme que el diseño, así como la fabricación han sido realizadas por el licitador. Este punto validaría la capacidad y posibilidad de realización de trabajos de diseño y creatividad que se pudieran solicitar.

Una vez comunicada la adjudicación del expediente las muestras cuya proposición no resultara adjudicada podrán ser retiradas por los licitadores durante un periodo de 15 días naturales a partir de la adjudicación en la Subdirección de Marketing. Transcurrido dicho plazo, Correos podrá disponer de aquellas que no hayan sido retiradas.

10.- CRITERIOS DE VALORACIÓN DE OFERTAS

Los criterios para la valoración de ofertas se aplicarán en dos fases. La primera fase utilizará criterios sin aplicación de fórmula matemática y se ponderará con un máximo de 30 puntos. En la segunda fase se aplicarán criterios valorables mediante la aplicación de fórmulas matemáticas y se ponderará con un máximo de 70 puntos. Se definirá una Puntuación Global (PG) que estará compuesta por la suma de la puntuación asignada en cada una de las fases con un máximo de 100 puntos.

PRIMERA FASE. Valoración técnica

Se valorarán los siguientes aspectos técnicos de acuerdo con los puntos que a continuación se indican,

- 30 puntos: Valoración del material propuesto y posibilidad de diseño y creatividad solicitada a la muestra.
 - 12 ptos. Calidad papel impresión, plegados, encuadernados, etc.
 - 7 ptos. Diseño gráfico visual- fotográfico o ilustrativo
 - 6 ptos. Diseño y maquetación de texto
 - 3 ptos. Experiencia
 - 2 ptos. Valores ecológicos y reciclables

La puntuación técnica de una oferta estará constituida por la suma de las puntuaciones parciales asignadas a cada uno de los criterios a valorar, con un máximo de 30 puntos.

Las ofertas que no alcancen una puntuación mínima de 15 o sean puntuadas con 0 en alguno de los criterios valorables no serán admitidas.

SEGUNDA FASE. Valoración económica

Las ofertas que superen la fase de valoración técnica, pasarán a valorarse económicamente.

Las proposiciones económicas se calificarán con la puntuación resultante de interpolar linealmente entre el precio más bajo que se oferte, a la que se asigna la puntuación máxima (70), y el presupuesto más alto, al que se considera presupuesto de licitación, de acuerdo con la siguiente fórmula:

$$PS_n = 70 \times \left(1 - \frac{PO_n - PS_e}{PL}\right)$$

Donde:

PS _n	Puntuación Segunda Fase Oferta "n"
PS _{máx} Máxima	Puntuación Económica posible = 70
PL	Presupuesto de Licitación
PO _n	Presupuesto Oferta "n"
PS _e	Presupuesto Oferta más económica

Del apartado de Propuesta económica corresponden:

- La valoración del coste individual tomando como referencia el material a realizar que figura en el punto "3.1 Producción".
- ✓ Carpetas (Fólder), fichas, trípticos y cuatrípticos comerciales
- ✓ Carteles, dípticos y folletos informativos

Los criterios para la puntuación económica, al ser adjudicada la cantidad total de licitación, corresponden a la suma de los precios unitarios según figura en el cuadro del anexo 1 (columna 4) donde el precio unitario estará propuesto en relación a las diferentes tiradas previstas.

En la columna de diseño y maquetación de productos en cada formato, debe de incluir el importe el coste de fotos de banco de imagen y excluyendo fotos específicas de Correos, este importe se podrá o no aplicar dependiendo de si se solicita o no este servicio.

CONTROL DE BAJAS DE LICITACIÓN

Podrán quedar excluidas y no tomarse en consideración aquellas ofertas que hagan una proposición económica anormalmente baja, consideradas así aquellas con un porcentaje de baja que exceda, por lo menos, de cinco unidades porcentuales de la media aritmética de los porcentajes de baja de todas las ofertas admitidas.

Cada oferta admitida se valorará cuantitativamente en función del porcentaje de baja respecto al Presupuesto de Licitación.

Correos solicitará por escrito, al licitador o licitadores cuya oferta económica sea anormalmente baja, las justificaciones que considere oportunas sobre la

composición de la citada oferta económica, con el fin de determinar si la misma debe ser tomada en consideración para la adjudicación. El licitador dispondrá de un plazo máximo de tres días hábiles, a contar desde la fecha en que reciba la solicitud, para presentar las justificaciones que estime convenientes.

Si transcurrido este plazo no se hubiera recibido dichas justificaciones, la empresa licitadora quedará excluida.

Si se recibieran en plazo las citadas justificaciones, Correos decidirá, de forma motivada, bien la aceptación de la oferta, contando con ella a todos los efectos para resolver lo que proceda en relación con la adjudicación del contrato, o bien el rechazo de dicha oferta cuando presuma fundadamente que la proposición no puede ser cumplida como consecuencia de la inclusión en la misma de valores anormales o desproporcionados.

En el caso de que una de estas ofertas económicas consideradas anormalmente bajas, resulte adjudicataria, se exigirá una garantía definitiva equivalente al porcentaje de baja propuesto aplicado sobre el importe de adjudicación y nunca inferior al 20% de dicho importe, excluido IVA o cualquier otro impuesto indirecto equivalente, la cual sustituirá a la que figura en el Cuadro de Características que rige esta contratación.

11.- PENALIZACIONES

PENALIZACIONES POR MORA

El adjudicatario queda obligado al cumplimiento del plazo de ejecución del presente Pliego así como de las acciones programadas. El incumplimiento por causa imputable al adjudicatario dará lugar a que incurra en mora de manera automática, sin que sea precisa la intimación de Correos.

En el caso de que el adjudicatario hubiera incurrido en mora de acuerdo con lo establecido en el párrafo anterior, Correos podrá penalizarle económicamente con la imposición de una indemnización equivalente al uno con cinco por mil (1,5/1000) del precio de adjudicación por día de demora.

El pago de la pena pecuniaria no sustituirá al resarcimiento de daños y perjuicios por incumplimiento del adjudicatario ni le eximirá de cumplir con las obligaciones

contractuales, pudiendo Correos exigir, conjuntamente, el cumplimiento de dichas obligaciones y la satisfacción de la pena pecuniaria estipulada, que se imputará a factura o fianza, sin perjuicio de que Correos pueda optar por la resolución del Contrato y la reclamación de daños y perjuicios al adjudicatario.

12.- CONTROL DE CALIDAD

Con objeto de comprobar que los elementos suministrados reúnen las condiciones estipuladas en este Pliego y que coinciden con las muestras presentadas, Correos podrá realizar los siguientes controles:

La revisión del arte final aprobado y sus diferencias con el ejecutado. Toma de muestras de cualquiera de los elementos que componen el suministro, en cualquiera de las fases de producción o tirada, en fábrica o en su destino final, al objeto de contrastar su calidad y ajuste a las especificaciones mediante los correspondientes ensayos.

Análisis de laboratorio sobre las muestras de material impreso obtenidas, hasta un máximo de dos si los resultados de los mismos son positivos, que correrán a cargo del adjudicatario.

13.- REVISIÓN DE PRECIOS Y NEGOCIACIÓN

Correos antes de la fase de adjudicación procederá a la negociación del precio con aquellos licitadores que considere oportuno debido a que su propuesta técnica o económica sea óptima, y sin embargo considere necesaria la revisión de la oferta económica. La oferta negociada será la que se tenga en consideración para la adjudicación.

La relación de precios unitarios ofertados y adjudicados se mantendrá inalterada hasta la finalización de los trabajos cualquiera que sea la fecha en que ello ocurra, sin que sea de aplicación incremento alguno por revisión de precios durante toda la prestación del servicio.

14.- SUBCONTRATACIÓN

El contratista no podrá subcontratar la realización de los servicios respecto a los que haya resultado adjudicatario sin autorización previa y por escrito de Correos.

El incumplimiento de esta obligación conllevará la resolución del contrato o la aplicación de una penalización de hasta un 50% del importe del servicio subcontratado.

Sin perjuicio de lo anterior el contratista podrá subcontratar parte o partes del servicio a cualquiera de los subcontratistas nominados en su oferta.

En el caso de subcontratación, será el contratista quien responda directamente frente a Correos de la total ejecución del contrato

15.- PROPIEDAD INTELECTUAL Y SECRETO PROFESIONAL

Los trabajos que se realicen sobre la base del presente pliego y los que se obtengan como resultado de la ejecución del contrato, serán propiedad de la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A., quien dispondrá con toda la amplitud admitida en Derecho, de los derechos de explotación de naturaleza intelectual, industrial y comercial que se deriven del cumplimiento del contrato.

Los diseños, elementos materiales e ideas incorporadas en la producción, por la empresa adjudicataria, quedarán en propiedad de Correos y podrán ser utilizados en cuantas fases de implantación que estime oportuno proponer a licitación.

Para la ejecución del objeto de este pliego, el adjudicatario deberá disponer de las cesiones, licencias, permisos, autorizaciones y derechos necesarios de los titulares de patentes, modelo, marcas, copyright y cualquier otro derecho de propiedad industrial o intelectual, siendo de su exclusiva cuenta el pago de los derechos e indemnizaciones por tales conceptos.

El adjudicatario será responsable de toda la reclamación relativa a la propiedad intelectual, industrial y comercial, de tal forma que si se produjera cualquier reclamación contra Correos con fundamento en la infracción de las obligaciones prescritas en el párrafo precedente, asumirá los gastos de defensa judicial o extrajudicial que se ocasionen a Correos por tal motivo. Igualmente resarcirá a Correos de la cantidad correspondiente a indemnizaciones que hubiera tenido que abonar por tal motivo.

El adjudicatario, por otra parte, se obliga a guardar la confidencialidad de la información que obtenga como consecuencia de la prestación del servicio y a observar, en lo que se refiere a los datos de carácter personal, las prescripciones de la Ley 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de carácter personal y su normativa de desarrollo.

El adjudicatario adquiere el compromiso de custodia fiel y cuidadosa de la información que se le entregue para la realización del trabajo cualquiera que sea el soporte utilizado y, con ello, la obligación de evitar que llegue a poder de terceras personas excepto en los casos en que tal documentación e información tenga por

destino directo la prestación de los servicios que se contratan y sea previamente autorizado por la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A.

El adjudicatario se obliga a no utilizar para fin distinto del objeto del contrato los datos que le sean facilitados por Correos, así como a no ceder a terceros, por ningún concepto, los resultados derivados de la utilización de los mismos.

El contratista se compromete a destruir o devolver, según decisión de Correos, una vez finalizado de conformidad el contrato, todos los datos que le hayan sido facilitados por Correos para la ejecución del mismo.

El incumplimiento de estos compromisos dará derecho a Correos a incautar la fianza, sin perjuicio del ejercicio de cualesquiera otras acciones por daños y perjuicios.

16.- PRESUPUESTO

El importe máximo de contratación es de **CUATROCIENTOS VEINTE MIL EUROS (420.000 €)**, IVA excluido, correspondiendo 180.000 € para el año 2012 y 240.000 € para el año 2013.

El licitador presentará su oferta detallando en el presupuesto la cantidad que corresponde a cada material.

En el sobre de la oferta económica, junto con el ANEXO 1 del Pliego de Condiciones Generales, se cumplimentará el “ANEXO PUBLICACIONES 2012 Y 2013” que se adjunta al final de este pliego donde reflejará los costes de producción y diseño, tanto los unitarios/millar como los totales de cada soporte y el coste final de todo el material, incluyendo comisiones, caso de que existiesen (todos ellos con IVA excluido).

Se prevé la duración de dicho presupuesto hasta el 31 de diciembre de 2013. Los trabajos se irán realizando de acuerdo con el presupuesto.

17.- FORMA DE PAGO

Las facturas emitidas por el adjudicatario deberán ajustarse a lo establecido en el artículo 6 del Reglamento por el que se regulan las obligaciones de facturación aprobado por Real Decreto 1496/2003, de 28 de Noviembre.

- Se podrán efectuar pagos parciales contra las entregas de bienes recibidos de conformidad, o servicios prestados de conformidad.
- A la recepción de conformidad por parte de Correos de los bienes suministrados o servicios prestados, el adjudicatario emitirá la correspondiente factura cuyo pago se efectuará según lo establecido en la ley 15/2010, de 5 de Julio.

18.- AMPLIACIONES

Si las necesidades de este material varían a lo largo del periodo de contratación, el adjudicatario se compromete a incrementar el suministro en las mismas condiciones técnicas y económicas, sin superar el 20% del importe inicialmente adjudicado

19. INFORMACIÓN

Para más información o aclaración de dudas relativo a este expediente, puede llamar a la Subdirección de Marketing de Correos al teléfono siguiente:
91 596 30 19.

Madrid, 24 abril de 2012
EL SUBDIRECTOR DE MARKETING

Modesto Fraguas Herrera

Vº Bº:

LA DIRECTORA COMERCIAL Y MARKETING,

Benigna Cano Pinto

ANEXO PUBLICACIONES 2012 Y 2013

PRESUPUESTO TOTAL MATERIAL A PRODUCIR HASTA 31-12-2013

	1	2	3	4	5	6	7
SOPORTES	Número Modelos	Tirada Total	Coste Producción	Coste Total	Coste Diseño	Coste Diseño	COSTE TOTAL

		Modelos (millares)	(millar)	Modelos (2*3)	Modelo	Total (1*5)	GENERAL (4+6)
GRUPO I							
CARPETAS	3	36					
FICHAS	3	300					
TRÍPTICO PEQUEÑO	7	5.000					
TRÍPTICO GRANDE	7	49					
CUATRÍPTICO PEQUEÑO	4	5.000					
CUATRÍPTICO GRANDE	2	50					
TOTAL							
GRUPO II							
CARTELES SOBREMESA	7	35					
CARTELES PARED	7	49					
DÍPTICOS	7	12.000					
FOLLETO PEQUEÑO	4	300					
FOLLETO GRANDE	2	300					
TOTAL							
TOTAL GENERAL							

* Precios IVA excluido.