Ayuntamiento de Pamplona | Iruñeko Udala

T. 948 420 100 / 010
www.pamplona.es

ACUERDO MARCO DE SERVICIOS
PROCEDIMIENTO ABIERTO
Con publicidad comunitaria ☒ sin publicidad comunitaria ☐
Participación reservada a entidades de carácter social ☐ SÍ ☒ NO

2986616$35

☐Tramitación ordinaria ☐Tramitación urgente ☒Tramitación anticipada

Expte. nº ACUERDO_MARCO/2026/9

CONDICIONES PARTICULARES DEL CONTRATO DE " 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 "

A. – PODER ADJUDICADOR.

1- Administración contratante:	EXCMO. AYUNTAMIENTO DE PAMPLONA
2- Órgano de contratación:	Junta de Gobierno Local
3- Unidad gestora:	Área de Comunicación Institucional y Transparencia
4- Responsable del contrato:	Alberto Gil Pérez-Nievas
5-Dirección del órgano de contratación/teléfono/email:	Plaza Consistorial s/nº 2ª planta 948420116 alberto.gil@pamplona.es

B. – DEFINICIÓN DEL OBJETO DEL CONTRATO.

1- Objeto del contrato: 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

El objeto del presente Acuerdo Marco es fijar las condiciones para la ulterior contratación de espacios para la inserción de anuncios y otros productos de comunicación en los diversos medios de comunicación de ámbito local (prensa escrita, prensa digital, radio y televisión). Para realizar la selección de soportes y medios, el Ayuntamiento de Pamplona seguirá los principios que debe regir la publicidad institucional, esto es, los principios de transparencia, eficiencia, eficacia, libre concurrencia y no discriminación.

El Ayuntamiento de Pamplona difundirá a través de los medios de comunicación información de interés general sobre los servicios y actividades puestos en marcha por las distintas

13/10/2026 10:33:01
Original firmado electrónicamente

Código seguro de verificación, que puede comprobarse en https://sedeelectronica.pamplona.es

00894768119262659910 46

concejalías, áreas y servicios municipales. Para ello, el Servicio de Comunicación del Ayuntamiento de Pamplona coordinará la distribución de las campañas institucionales en los diferentes soportes publicitarios y medios de comunicación social.

Desde el punto de vista geográfico, la presente licitación se circunscribe a las acciones de comunicación que afecten a medios de comunicación con ámbito inmediato de difusión local en el municipio de Pamplona, espacio competencial propio de este Ayuntamiento, buscando así la mayor rentabilidad social de la información para la ciudadanía de Pamplona y una mayor eficiencia para el Ayuntamiento en términos de proyección, penetración y difusión de la misma.

Pero dada la especificidad de Pamplona en materia lingüística, incluida en la denominada zona mixta (regulada en la LEY FORAL 18/1986, de 15 de diciembre del euskera), la presente licitación también debe tener en cuenta, en atención al interés público, a la parte de la población que decide informarse en medios editados en esta lengua.

Esa legislación estipula, en su artículo 17, que "todos los ciudadanos tienen derecho a usar tanto el euskera como el castellano para dirigirse a las Administraciones Públicas" y específicamente, en lo que a medios de comunicación social se refiere (título III, artículo 27), se especifica que: "las Administraciones Públicas promoverán la progresiva presencia del euskera en los medios de comunicación social públicos y privados".

Esta Ley Foral junto con el Decreto Foral 103/2017 que la desarrolla garantizan los derechos de la ciudadanía en las condiciones en las que debe hacerse en la zona mixta. Ente otras disposiciones, se adecúa la presencia del euskera en los anuncios publicitarios hasta un 25% del total, más allá incluso del porcentaje de uso.

Asimismo, la actual "Ordenanza Reguladora de la utilización del euskera en el Ayuntamiento de Pamplona y su sector público institucional", afirma en su exposición de motivos que el Ayuntamiento de Pamplona considera el euskera como una de las dos lenguas propias de la ciudad.

Por ello se compromete a adoptar las medidas necesarias para su fomento, dada su condición de lengua minorizada e indudable patrimonio cultural que precisa de una especial atención para su mantenimiento y utilización.

El artículo 10, fija el uso del euskera en un mínimo entre un 20 y un 25% de las inserciones.

a) La utilización del euskera en los anuncios municipales insertos en la prensa supondrá aproximadamente un 25% de los anuncios realizados.
b) La publicidad en los medios audiovisuales -radio y televisión fundamentalmente- se realizará en los dos idiomas, en la proporción aproximada de una cuña o spot en euskera por cada cuatro que se vayan a insertar.

Añade, además, en su artículo 12 de esta Ordenanza y respecto a los medios de comunicación propios que "se utilizarán los dos idiomas en la misma medida en los

Código seguro de verificación, que puede comprobarse en https://sedeelectronica.pamplona.es

00894768119262659910 46

elementos de identificación del medio, titulares de página, fecha, secciones y la utilización del euskera supondrá aproximadamente el 20% del uso lingüístico total".

Por todo ello, es consecuente con la realidad lingüística de Pamplona, además del criterio geográfico antes mencionado, que la presente licitación incluya también un criterio lingüístico a la hora de asignar los presupuestos de las acciones de comunicación:

o Así y dentro de los márgenes establecidos, se propone la reserva de una partida mínima del 20% del total de cada uno de los cuatro bloques (prensa, radio, televisión y medios digitales nativos) para inserciones en medios que utilicen el euskara.

o Asimismo, y dentro de esa reserva del 20% antes mencionada, se propone lo siguiente:

o Destinar el 85% de la partida resultante en cada uno de los cuatro bloques (prensa, radio, televisión y medios digitales nativos) para inserciones en medios que se editen total o significativamente en euskara, fijando en un 28% de los contenidos totales el umbral mínimo para poder entrar en este reparto (el porcentaje señalado se fija por ser el valor alto de la media entre un cuarto y un tercio de los contenidos). Se pretende con esto asegurar que el público vascoparlante pueda acceder a las informaciones institucionales publicitadas por el Ayuntamiento de Pamplona.

o Destinar el 15% de la partida resultante en cada uno de los cuatro bloques (prensa, radio, televisión y medios digitales nativos) para inserciones en medios que se editen parcialmente en euskara, fijando en un 3% de los contenidos totales el umbral mínimo para poder entrar en este reparto. Se pretende, con esto, asegurar lo expresado en el artículo 27 de la LEY FORAL 18/1986, de 15 de diciembre del Euskera, que especifica que: "las Administraciones Públicas promoverán la progresiva presencia del euskera en los medios de comunicación social públicos y privados".

El interés de esta reserva, además de suponer el cumplimiento de la normativa reguladora del uso del euskera, es hacer llegar a esa población minoritaria del municipio, que consume principalmente medios de comunicación editados total, significativa o parcialmente en esta lengua, los servicios, proyectos y actividades del Ayuntamiento de interés para la ciudadanía, activando la participación activa de esta población minoritaria en la vida de la ciudad y favoreciendo la efectividad de sus derechos como miembros de la sociedad.

Por tanto, esta licitación se articula en 12 lotes diferentes, 4 en castellano y 8 en euskara, dirigidos a las siguientes empresas y con la siguiente distribución:

o General: el 80% del presupuesto asignado a cada bloque (prensa, radio, televisión y medios digitales nativos) se destinará a medios que se editen total o mayoritariamente en castellano con el siguiente reparto:

1) Empresas con mayor difusión en Pamplona y/o Navarra, propietarias de medios de comunicación con sede social en Navarra que editen periódicos diarios de información

Código seguro de verificación, que puede comprobarse en https://sedeelectronica.pamplona.es

00894768119262659910 46

general y cuenten con una sección dedicada a Pamplona o seguimiento específico de la actualidad de la ciudad, así como a aquellas que, sin tener su sede social en Navarra, tengan ediciones para Navarra o realicen seguimiento diario de la información de Navarra y, específicamente, de la de Pamplona.

2) A las Empresas domiciliadas en Navarra que editen prensa digital de información general con sección específica dedicada a Pamplona o dediquen un seguimiento diario a la actualidad local de Pamplona.

3) A las empresas con licencia de radio de ámbito local o regional en Navarra con cobertura local de Pamplona.

4) A las empresas con licencia TDT de ámbito local o regional en Navarra, con programación local de Pamplona.

o Euskera: el 20% del presupuesto asignado a cada bloque (prensa, radio, televisión y medios digitales nativos) se destinará a medios que usen el euskera total, significativa o parcialmente, con el siguiente reparto:

El 85% de estas partidas irán a:

5) Empresas con mayor difusión en Pamplona y/o Navarra que editen en euskera periódicos diarios de información general (total o significativamente), con una sección propia para Pamplona o un seguimiento diario o continuado sobre la actualidad de la ciudad. Se fija en un mínimo del 28% de los contenidos totales de cada periódico diario el umbral para entrar en este reparto.

6) Empresas con mayor difusión en Pamplona y/o Navarra que editen en euskera (total o significativamente), prensa digital de información general, con una sección propia para Pamplona o un seguimiento diario o continuado sobre la actualidad de la ciudad Se fija en un mínimo del 28% de los contenidos totales de cada periódico diario el umbral para entrar en este reparto.

7) Empresas con mayor difusión en Pamplona y/o Navarra, con licencia de radio de ámbito local o regional en Pamplona y/o Navarra que emitan en euskera (total o significativamente) y con cobertura local de Pamplona Se fija en un mínimo del 28% de los contenidos totales de cada periódico diario el umbral para entrar en este reparto.

8) Empresas con licencia TDT de ámbito local o regional en Pamplona y/o Navarra que emitan en euskera (total o parcialmente), con programación local de Pamplona Se fija en un mínimo del 28% de los contenidos totales de cada periódico diario el umbral para entrar en este reparto.

El 15% de estas partidas irán a:

9) Empresas con mayor difusión en Pamplona y/o Navarra que editen periódicos diarios

Código seguro de verificación, que puede comprobarse en https://sedeelectronica.pamplona.es

00894768119262659910 46

de información general con una sección propia para Pamplona o un seguimiento diario o continuado sobre la actualidad de la ciudad y que incluyan, o asuman el compromiso de incluir, un mínimo del 3% de sus contenidos totales en euskara.

10) Empresas con mayor difusión en Pamplona y/o Navarra que editen prensa digital de información general con una sección propia para Pamplona o un seguimiento diario o continuado sobre la actualidad de la ciudad y que incluyan, o asuman el compromiso de incluir, un mínimo del 3% de sus contenidos totales en euskara.

11) Empresas con licencia de radio de ámbito local o regional en Pamplona y/o Navarra que emitan y con cobertura local de Pamplona que incluyan, o asuman el compromiso de incluir, un mínimo del 3% de sus contenidos totales en euskara.

12) Empresas con licencia TDT de ámbito local o regional en Pamplona y/o Navarra que emitan y con cobertura local de Pamplona que incluyan, o asuman el compromiso de incluir, un mínimo del 3% de sus contenidos totales en euskara.

Incompatibilidades de concurrir a varios lotes.

Dada la compleja estructura de reparto de los lotes estipulados en este acuerdo marco y teniendo en cuenta las dudas planteadas en ediciones anteriores, se hace necesario especificar dos incompatibilidades que surgen respecto a los lotes destinados a los medios editados total, significativa o parcialmente en euskera:

1.- Será incompatible que una misma empresa que edite periódicos diarios de información general que cuenten con una sección dedicada a Pamplona o seguimiento específico de la actualidad de la ciudad, presente ofertas diferenciadas al lote 1 (prensa escrita en castellano) y al lote 5 (periódicos con un mínimo del 28% de contenidos en euskara). Esta incompatibilidad viene dada por el hecho de que, cumpliendo los criterios de eficacia y eficiencia, en una misma sección el Ayuntamiento no puede insertar el mismo anuncio dos veces.

2.- Será incompatible que una misma empresa presente ofertas diferenciadas para un mismo soporte en los lotes reservados para medios con un mínimo del 28% de contenidos en euskara (lotes 5, 6, 7 y 8) y los reservados para los medios que incluyan, o asuman el compromiso de incluir, un mínimo del 3% de sus contenidos totales en euskara (lotes 9,10,11,12). Esta restricción viene dada por la propia naturaleza de cada uno de los bloques.

No se incluyen en el objeto de este contrato:

o Las campañas publicitarias que deban realizarse en medios de comunicación fuera del ámbito de Navarra, bien por interés turístico u otro motivo justificado, para lo cual el Ayuntamiento realizará la compra de espacios en medios de comunicación de ámbito nacional, regional o autonómico en otras comunidades autónomas.

Código seguro de verificación, que puede comprobarse en https://sedeelectronica.pamplona.es

00894768119262659910 46

o Este contrato no afecta ni va dirigido a revistas, blogs, publicaciones diversas, productoras, etc., sino tan sólo a medios de comunicación legalmente constituidos como tales.

o Tampoco va dirigido a agencias publicitarias ni agencias intermediarias para la compra de espacios en medios, ya que la creatividad de las campañas publicitarias objeto de difusión se regula mediante otro contrato (Acuerdo Marco para la contratación de servicios y trabajos de creatividad para campañas y acciones de comunicación y publicidad institucional, así como el diseño de materiales y soportes para imagen, promoción y difusión de actividades y servicios).

o No se considera necesario un servicio de intermediación para la compra de espacios, contando el Ayuntamiento de Pamplona con medios propios suficientes para realizar la gestión directa.

Para lograr el objetivo de difundir la actividad municipal a través de los medios de comunicación optimizando los recursos públicos, se tendrán en cuenta criterios estrictamente objetivos, basados en la audiencia de los diferentes medios, la oferta económica, así como las mejoras que propongan para aumentar la eficacia y la eficiencia de la publicidad municipal. En el caso de los medios editados en euskera, se ponderará igualmente el porcentaje de uso de esta lengua en el total de la publicación o de la programación.

En aras a la eficacia y eficiencia del gasto público, se exigirá poder demostrar un porcentaje mínimo de audiencia del medio de comunicación en Pamplona y/o Navarra para ser adjudicataria del contrato, tanto si este se trata de la variante en castellano como de la variante en euskara. En castellano se fija en el 1% de la audiencia total y en euskera en el 0,1% de la audiencia total.

El presente Acuerdo Marco pretende concertarse con varias empresas y es cerrado, es decir, a través del mismo van a quedar definidos todos los términos para adjudicar los distintos contratos basados, sin que sea necesario convocar a las partes a una nueva licitación (art. 83.3 de la LFCP).

La cifra reseñada como el presupuesto de licitación de cada uno de los lotes es meramente estimativa, a efectos de publicidad del procedimiento e información a las posibles licitadoras, sin que ello suponga en ningún momento un compromiso de gasto para el Ayuntamiento de Pamplona, ni le obligue a la contratación de un número determinado de inserciones. Como consecuencia de la selección de una empresa, no se derivarán compromisos económicos o gastos directos para el Ayuntamiento de Pamplona, estos nacerán exclusivamente de los encargos derivados basados en aquel. El hecho de resultar seleccionado no generará derecho al abono de precio alguno si no media contratación derivada. El cálculo de los precios de cada contrato derivado se hará en base a los precios ofertados por la empresa o empresas seleccionadas.

En caso de que alguno de los lotes quedara desierto, no habrá obligación por parte del

Código seguro de verificación, que puede comprobarse en https://sedeelectronica.pamplona.es

00894768119262659910 46

Ayuntamiento de reasignar fondos a otros lotes.

El Servicio de Comunicación podrá determinar el tipo de medio de comunicación (prensa escrita, prensa digital, radio o televisión) para cada acción publicitaria, si se emplean todos o alguno/s de ellos, respetando en todo caso al final del ejercicio presupuestario la proporcionalidad en el reparto económico entre los lotes y, en cada lote, proporcionalmente a la puntuación obtenida por cada medio de comunicación en particular.

Contrato mixto: ☐ SÍ ☒ NO

2- Código CPV:	7 9 3 4 1 0 0 0	**Descripción CPV:**. Servicios de publicidad **CPV complementarios (códigos y descripción):** **Categoría del contrato:**

3-Necesidades a satisfacer mediante el contrato:

La difusión, a través de los medios de comunicación locales, de la información de interés general sobre los servicios y actividades puestos en marcha por las distintas concejalías, áreas y servicios municipales del Ayuntamiento de Pamplona, con el fin de incrementar los canales de divulgación y el impacto de la información municipal de interés para la ciudadanía. Para ello, el Servicio de Comunicación coordinará la distribución de las campañas institucionales en los diferentes soportes publicitarios y medios de comunicación social.

4- Posibilidad de licitar por lotes: ☒ SÍ ☐ NO

En caso afirmativo: Descripción de lotes

LOTE 1 PRENSA ESCRITA
LOTE 2 PRENSA DIGITAL
LOTE 3 RADIO
LOTE 4 TELEVISIÓN
LOTE 5 PRENSA ESCRITA EUSKERA MÍN. 28% CONTENIDO
LOTE 6 PRENSA DIGITAL EUSKARA MÍN. 28% CONTENIDO
LOTE 7 RADIO EUSKERA MÍN. 28% CONTENIDO
LOTE 8 TELEVISIÓN EUSKERA MÍN. 28% CONTENIDO
LOTE 9 PRENSA ESCRITA EUSKERA MÍN. 3% CONTENIDO
LOTE 10 PRENSA DIGITAL EUSKERA MÍN. 3% CONTENIDO
LOTE 11 RADIO EUSKERA MÍN. 3% CONTENIDO
LOTE 12 TELEVISIÓN EUSKERA MÍN. 3% CONTENIDO

Código seguro de verificación, que puede comprobarse en https://sedeelectronica.pamplona.es

00894768119262659910 46

1) Limitación a la participación:	☒ SÍ	☐ NO
2) Limitación adjudicación lotes:	☒ SÍ	☐ NO
3) Posibilidad de presentar ofertas combinadas:	☐ SÍ	☒ NO

5-
a) Admisibilidad de variantes: SI ☐ NO ☒
Condiciones para admisión y elementos susceptibles de variación o alternativa.
b) Admisibilidad de mejora: SI ☐ NO ☒
Condiciones para admisión y elementos susceptibles de mejoras.

C. – PRECIO DEL CONTRATO.

1- Presupuesto de licitación (IVA excluido)	**IVA**	Total **(en número)**
LOTE 1 PRENSA ESCRITA: 138.842,98 €	(21%) 29.157,02 €	168.000 €
LOTE 2 PRENSA DIGITAL: 132.231,40 €	(21%) 27.768,60 €	160.000 €
LOTE 3 RADIO: 85.950,41 €	(21%) 18.049,59 €	104.000 €
LOTE 4 TELEVISIÓN: 39.669,42 €	(21%) 8.330,58 €	48.000 €
LOTE 5 PRENSA ESCRITA EUSKERA MÍN. 28% CONTENIDO: 29.504,13 €	(21%) 6.195,87 €	35.700 €
LOTE 6 PRENSA DIGITAL EUSKARA MÍN. 28% CONTENIDO: 28.099,17 €	(21%) 5.900,83 €	34.000 €
LOTE 7 RADIO EUSKERA MÍN. 28% CONTENIDO: 18.264,46 €	(21%) 3.835,54 €	22.100 €
LOTE 8 TELEVISIÓN EUSKERA MÍN. 28% CONTENIDO: 8.429,75 €	(21%) 1.770,25 €	10.200 €
LOTE 9 PRENSA ESCRITA EUSKERA MÍN. 3% CONTENIDO: 5.206,61 €	(21%) 1.093,39 €	6.300 €
LOTE 10 PRENSA DIGITAL EUSKERA MÍN. 3% CONTENIDO: 4.958,68 €	(21%) 1.041,32 €	6.000 €
LOTE 11 RADIO EUSKERA MÍN. 3% CONTENIDO: 3.223,14 €	(21%) 676,86 €	3.900 €
LOTE 12 TELEVISIÓN EUSKERA MÍN. 3% CONTENIDO: 1.487,60 €	(21%) 312,40 €	1.800 €
Total: 495.867,75 €	104.132,25 €	600.000 €

En letra (presupuesto total con IVA incluido, salvo prestaciones exentas de IVA)
LOTE 1 PRENSA ESCRITA: Ciento sesenta y ocho mil euros (IVA incluido)
LOTE 2 PRENSA DIGITAL: Ciento sesenta mil euros (IVA incluido)
LOTE 3 RADIO: Ciento cuatro mil euros (IVA incluido)
LOTE 4 TELEVISIÓN: Cuarenta y ocho mil euros (IVA incluido)
LOTE 5 PRENSA ESCRITA EUSKERA MÍN. 28% CONTENIDO: Treinta y cinco mil setecientos euros (IVA incluido)
LOTE 6 PRENSA DIGITAL EUSKARA MÍN. 28% CONTENIDO: Treinta y cuatro mil euros (IVA incluido)
LOTE 7 RADIO EUSKERA MÍN. 28% CONTENIDO: Veintidos mil cien euros (IVA incluido)
LOTE 8 TELEVISIÓN EUSKERA MÍN. 28% CONTENIDO: Diez mil doscientos euros (IVA incluido)
LOTE 9 PRENSA ESCRITA EUSKERA MÍN. 3% CONTENIDO: Seis mil trescientos euros (IVA incluido)
LOTE 10 PRENSA DIGITAL EUSKERA MÍN. 3% CONTENIDO: Seis mil euros (IVA incluido)

Código seguro de verificación, que puede comprobarse en https://sedeelectronica.pamplona.es
00894768119262659910 46

LOTE 11 RADIO EUSKERA MÍN. 3% CONTENIDO: Tres mil novecientos euros (IVA incluido) LOTE 12 TELEVISIÓN EUSKERA MÍN. 3% CONTENIDO: Mil ochocientos euros (IVA incluido)
Total: Seiscientos mil euros (IVA incluido)
2- Valor estimado: 1.983.471,00 **€** El presupuesto del contrato establecido está calculado por el precio unitario de inserciones publicitarias (espacios), según precios de mercado y las necesidades de la Administración. Para ello se han clasificado las distintas acciones de comunicación con su respectiva previsión de inserciones publicitarias en varios medios y según lote al que se imputan, cada uno con un importe estimado, conforme a requerimientos de frecuencia, cobertura etc. Además incluye 3 posibles prórrogas anuales por el mismo importe. La adjudicación queda sometida a la condición de existencia de crédito adecuado y suficiente para financiar las obligaciones derivadas del contrato en el ejercicio correspondiente.
3- Sistema de determinación del precio: Tanto alzado ☐ ; Tanto alzado con precio cerrado (sin variación aún con modificaciones) ☐ Precios unitarios ☐ ; Tarifas ☒ ; Otro sistema:

4- Anualidades (IVA incluido, salvo exención de IVA):

Anualidad corriente (2026)	€		
1ª Anualidad (2027)	600.000 €	11ª Anualidad (2037)	€
2ª Anualidad (2028)	€	12ª Anualidad (2038)	€
3ª Anualidad (2029)	€	13ª Anualidad (2039)	€
4ª Anualidad (2030)	€	14ª Anualidad (2040)	€
5ª Anualidad (2031)	€	15ª Anualidad (2041)	€
6ª Anualidad (2032)	€	16ª Anualidad (2042)	€
7ª Anualidad (2033)	€	17ª Anualidad (2043)	€
8ª Anualidad (2034)	€	18ª Anualidad (2044)	€
9ª Anualidad (2035)	€	19ª Anualidad (2045)	€
10ª Anualidad (2036)	€	20ª Anualidad (2046)	€

5- Partida Presupuestaria: 10/92501/226020	
6- Revisión de precios: SI ☐ No ☒	Fórmula/ Índice Oficial: Justificación de la procedencia de la revisión de precios/ de la fórmula o sistema de revisión.
7- Financiación con Fondos externos: SI ☐ NO ☒	% de cofinanciación: %
8- Tipo de Fondo:	

Código seguro de verificación, que puede comprobarse en https://sedeelectronica.pamplona.es

00894768119262659910 46

9- Forma de pago:

- ☐ Pago único:
- ☒ Pagos parciales:
- 1 Pagos parciales: El Ayuntamiento únicamente abonará, mensualmente, el importe de las inserciones realizadas, según tarifa contratada. La adjudicataria emitirá factura mensual en función de las inserciones efectivamente realizadas. El pago se realizará en el plazo de treinta días naturales desde la recepción de la factura y una vez conformada por la responsable del contrato. La factura se presentará en el registro electrónico del Ayuntamiento en formato electrónico (factura electrónica).
- ☐ Abonos a cuenta por operaciones preparatorias:
- Códigos DIR 3: Área de Comunicación Institucional y Transparencia
- Códigos de oficina contable: L01312016
- Órgano gestor: LA0027239
- Código de unidad tramitadora: LA0027239

D. – PLAZO Y LUGAR DE EJECUCIÓN Y PLAZO DE GARANTÍA.

1- Plazo de ejecución:
Duración total: 12 meses
Plazos parciales: ☐SI ☒NO. Plazos Parciales:
Fecha prevista de inicio: 1 de marzo o desde la firma del contrato
Contrato de duración plurianual:☒SI ☐NO

2- Programa de trabajo:☐SI ☒NO

3- Prorroga: ☒SI ☐NO | Nº de prórrogas: 3

4- Lugar de ejecución del contrato: Pamplona

5- Plazo de garantía:
Teniendo en cuenta la naturaleza de la prestación que se contrata no se fija plazo de garantía, por considerar que no pueden derivarse vicios ocultos una vez ejecutado el encargo de conformidad por la Administración.

E. – GARANTÍA PARA LA LICITACIÓN

SI ☐ NO ☒ Importe:

F. – GARANTÍA PARA EL CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES.

SI ☒ NO ☐ Importe: 0,5% del importe de la adjudicación.

% de variación del precio que determine el reajuste de la garantía:
%

G.- SOLVENCIA ECONÓMICA O FINANCIERA.

Niveles y medios de acreditación de la solvencia económica o financiera:

Declaración sobre el volumen global de negocios y, en su caso, sobre el volumen de negocios en el ámbito de actividades similares a la del objeto del contrato, referida como máximo a los tres últimos ejercicios disponibles (2023, 2024 y 2025) en función de la fecha de creación o de inicio de las actividades de quien vaya a licitar, en la medida en que se disponga de las referencias de dicho volumen de negocios y no sea inferior al valor total del lote al que se licite.

H.- SOLVENCIA TÉCNICA Y PROFESIONAL.

Niveles y medios de acreditación de la solvencia técnica y profesional:

Código seguro de verificación, que puede comprobarse en https://sedeelectronica.pamplona.es

00894768119262659910 46

Relación de los principales servicios prestados, según el lote al que se licite, durante los últimos tres años (2023, 2024 y 2025), indicando su importe, fechas y destinataria pública o privada de los mismos. Los servicios efectuados se acreditarán mediante certificados expedidos o visados por el órgano competente, cuando la destinataria sea una entidad del sector público; cuando la destinataria sea una compradora privada, mediante un certificado expedido por ésta o, a falta de este certificado, mediante una declaración de la compradora privada.
No será necesario aportar dichos justificantes cuando los servicios hayan sido realizados para este Ayuntamiento. En este caso, la persona o entidad licitadora hará constar expresamente esta circunstancia, para su aportación de oficio por esta entidad.
Para que se considere que la empresa dispone de solvencia técnica, será necesario que estos servicios importen en su conjunto una cantidad no inferior al valor del lote al que se licite.
Exigencia de declaración en la que la licitadora manifieste que se compromete a adscribir a la ejecución del contrato los concretos medios personales y materiales exigidos por el Pliego de Prescripciones Técnicas y propuestos en su Memoria
Exigencia de declaración en la que la licitadora manifieste que se compromete a adscribir a la ejecución del contrato los concretos medios personales y materiales exigidos por el Pliego de Prescripciones Técnicas y propuestos en su Memoria: SI ☒ NO ☐

I.- DOCUMENTACIÓN A PRESENTAR POR LAS PERSONAS LICITADORAS.

1- Sobre A / Archivo electrónico con documentación sobre la persona licitadora.
a) Declaración responsable conforme al formulario del "documento europeo único de contratación" (DEUC), establecido por el Reglamento de Ejecución (UE) 2016/7 de la Comisión, de 5 de enero de 2016, cumplimentado y firmado por persona debidamente apoderada, según las instrucciones que se recogen en el Anexo IIB de las presentes Condiciones Particulares.
Cuando concurran a la licitación Uniones Temporales de Empresas (constituidas temporalmente al efecto) o personas que participen conjuntamente, se deberá cumplimentar un DEUC por cada una de las empresas o personas participantes.
b) Dirección electrónica para la realización de las notificaciones relacionadas con cualquier fase del procedimiento, así como para el caso de reclamaciones en materia de contratación pública. En el supuesto de que se presenten proposiciones suscritas por Uniones Temporales de Empresas (constituidas temporalmente al efecto) o por personas que participen conjuntamente, se presentará una única dirección electrónica.
c) En el supuesto de que se presenten proposiciones suscritas por Uniones Temporales de Empresas (constituidas temporalmente al efecto) o por personas que participen conjuntamente, se incorporará un escrito en el que conste expresamente la voluntad de concurrencia conjunta, se indique el porcentaje de participación de cada una de las personas licitadoras (cuando se prevea la constitución de una unión de empresas de carácter temporal se señalará además el compromiso de constituirla en caso de resultar adjudicatario), y se designe una representación o apoderamiento único con facultades para ejercer los derechos y cumplir las obligaciones derivadas del contrato hasta la extinción del mismo. El escrito habrá de estar firmado tanto por las diversas empresas o personas concurrentes como por el citado representante o apoderado.
d) En el supuesto de empresas extranjeras, declaración de que se somete a la jurisdicción de los tribunales españoles de cualquier orden para todas las incidencias que de modo directo o indirecto pudieran surgir del contrato, con renuncia, en su caso, al fuero jurisdiccional extranjero que pudiera corresponderle.
e) Para los lotes 1,2,5,6,9 y 10: domicilio social de las empresas propietarias de los medios de

comunicación.
f) Para los lotes 3, 4, 7, 8, 11 y 12: acreditación de la licencia oficial que habilita para la realización de la actividad, de conformidad con lo señalado en el apartado B.- "Objeto del contrato" de las Condiciones Particulares del Contrato
g)Para los lotes 5, 6, 7 y 8, certificación expedida por el medio de el 28% o más de sus contenidos totales se editan o emiten en euskera.
h) Para los lotes 9, 10, 11 y 12, declaración responsable de que incluyen o van a incluir, al menos, un 3% de sus contenidos totales en euskera.
Será motivo de EXCLUSIÓN de la licitación la inclusión en este sobre de cualquier criterio cuantificable mediante FORMULA, que deben introducirse en el sobre C, como cualquier referencia que pudiera dar aconocer dicha oferta.

2- Sobre B / Archivo electrónico con la oferta cualitativa.
No hay sobre B

3- Sobre C / Archivo electrónico con criterios cuantificables mediante fórmulas.

- Tarifas oficiales de publicidad del medio en 2025. En el caso de la prensa digital, las tarifas deberán expresarse en precio por impresión visible.

- Declaración responsable del representante legal de la entidad de que las tarifas presentadas son las oficiales para el año 2025 ofrecidas a su clientela general.

- Oferta económica, que consistirá en un porcentaje de descuento sobre las tarifas oficiales de publicidad del medio en 2025. El porcentaje debe ser lineal, no admitiéndose ofertas que incluyan porcentajes distintos en función de cada tipo de inserción. El porcentaje se aplicará sobre los precios sin IVA.

- En el caso del lote 3, para las emisiones del espacio informativo "Día a día tu ciudad", se incluirá además la oferta económica específica para dichas emisiones, que consistirá en un porcentaje de descuento sobre el precio establecido en este condicionado para las emisiones. Será un porcentaje único para el conjunto de ellas.

- Datos de audiencia del medio de comunicación, según los últimos datos publicados por el Centro de Investigación y Estudios Sociales (CÍES) para los lotes de prensa escrita, radio y televisión (primera Ola de 2026 del Estudio de Medios de CÍES); para el lote de prensa digital, datos de audiencia de enero de 2026 a abril de 2026 (ambos inclusive) recogidos por GFK (dato de número de usuarios únicos) o, en su defecto datos publicados por CIES (dato usuarios únicos y audiencia media diaria).

- Mejoras.

- Criterios Sociales.

J.- PLAZO DE PRESENTACIÓN DE OFERTAS.

El que se indique en el Portal de Contratación de Navarra que respetará un mínimo de 15 días a partir de la fecha de publicación del anuncio de licitación (en los contratos de valor estimado inferior al umbral europeo) y un mínimo de 30 días a partir de la fecha de envío del anuncio (en los contratos de valor estimado superior al umbral europeo) al DOUE.

Código seguro de verificación, que puede comprobarse en https://sedeelectronica.pamplona.es
00894768119262659910 46

K.- MESA DE CONTRATACIÓN. SI ☒ NO ☐

Presidente / Suplente**:**
Doña Garbiñe Bueno Zabalza, Concejala delegada de Hacienda y Contratación Pública Responsable y Recursos Humanos / Suplente: Doña Aitziber Campión Gamboa, Concejala de Participación Ciudadana y Euskera
Vocales (Titulares/Suplente)**:**
Don Alberto Gil Pérez-Nievas, Director del Área de Comunicación Institucional y Transparencia / Suplente: Doña Olaia Aldaz Fueyo, Directora del Área de Alcaldía. D. José Javier Ascunce Martín, periodista del Servicio de Comunicación del Ayuntamiento de Pamplona / Suplente: D. Carlos Merino Nogal, periodista del Servicio de Comunicación del Ayuntamiento de Pamplona.
Doña Ana Belen Rodriguez Arangoa, periodista del Servicio de Comunicación del Ayuntamiento de Pamplona / Suplente: Doña Belén Armendáriz Hugalde, periodista del Servicio de Comunicación del Ayuntamiento de Pamplona.
Secretario (Titular/Suplente)**:**
Doña Isabel Segura Martínez, letrada municipal / Suplente: letrado/a del Ayuntamiento de Pamplona .

L.- CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN.

1- Criterios de adjudicación:
- descripción de los criterios de adjudicación y en su caso, subcriterios, y su ponderación:

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:

Pi = (Ai x Pmax) / Amax

Siendo:

Pi = puntuación correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote. Ai = dato de audiencia correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote.
Pmax = puntuación máxima correspondiente al medio de comunicación con mayor audiencia (= 50 puntos).
Amax = 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 últimos publicados por el Centro de Investigación y Estudios Sociales (CÍES) especificando que éstos se deben referir al ámbito de Pamplona y Comarca (Primera Ola de 2025 del Estudio CÍES).

- En el caso de los lotes 2, 6 y 10 (prensa digital), los datos de audiencia para el ámbito estatal, desglosados por meses, de enero de 2025 a abril de 2025 (ambos inclusive) recogidos, sellados y

Código seguro de verificación, que puede comprobarse en https://sedeelectronica.pamplona.es

00894768119262659910 46

certificados por la empresa GFK, que desde 2022 ofrece la medida oficial del consumo digital en el Estado español. En caso de pertenencia a grupos o empresas con cabeceras estatales o internacionales, los datos de audiencia tendrán que estar específicamente ligados a las URL de ámbito navarro en las que se insertarán las campañas. En caso de que GFK no pueda certificar los datos específicos de esas URL, se recurrirá a los datos recogidos para esos medios o sus 'marcas' navarras en el informe de la Primera Ola de 2025 del Estudio CÍES.

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:

Pi = (Di x Pmax) / Dmax

Siendo:

Pi = Puntuación correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote
Di = 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 mejor 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:

Pi = (Di x Pmax) / Dmax

Código seguro de verificación, que puede comprobarse en https://sedeelectronica.pamplona.es

00894768119262659910 46

Siendo:

Pi = Puntuación correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote
Di = Porcentaje de descuento sobre el precio de mercado fijado en el pliego
Pmax = Puntuación máxima correspondiente a la propuesta económica del lote con mayor oferta (= 20 puntos)
Dmax = 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 municiaples: 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:

Pi = (Di x Pmax) / Dmax

Siendo:

Pi = Puntuación correspondiente al medio de comunicación a valorar en cada lote.
Di = 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 (= 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.

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:

Pi = (Ni x Pmax) / Nmax

Siendo:

Pi = Puntuación correspondiente a la mejora propuesta por el medio a valorar
Ni = Número de módulos de anuncios impresos en color sin cargo adicional para el Ayuntamiento de

Código seguro de verificación, que puede comprobarse en https://sedeelectronica.pamplona.es
00894768119262659910 46

Pamplona ofertados en la mejora propuesta
Pmax = 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)
Nmax = 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:

Pi = (Ni x Pmax) / Nmax

Siendo:

Pi = Puntuación correspondiente a la mejora propuesta por el medio a valorar.
Ni = Número de brand days ofertados en la mejora propuesta.
Pmax = Puntuación máxima correspondiente a la mejora propuesta que oferte el mayor número de brand days (= 10 puntos).
Nmax = 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:

Pi = (Ni x Pmax) / Nmax

Siendo:

Pi = Puntuación correspondiente a la mejora propuesta por el medio a valorar
Ni = Número de cuñas de 30 segundos ofertadas al precio de cuñas de 20 segundos en la mejora propuesta
Pmax = 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)
Nmax = 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:

Código seguro de verificación, que puede comprobarse en https://sedeelectronica.pamplona.es
00894768119262659910 46

Pi = (Ni x Pmax) / Nmax

Siendo:

Pi = Puntuación correspondiente a la mejora propuesta por el medio a valorar
Ni = Número de spots de 30 segundos ofertados al precio de spots de 20 segundos en la mejora propuesta
Pmax = 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

4) CRITERIOS SOCIALES: 10 PUNTOS
Compromiso de aprobación y difusión de un protocolo o medidas específicas para prevenir y hacer frente al acoso sexual y al acoso por razón de sexo en el trabajo.
En el plazo de 2 meses desde la firma del contratro se entregará una copia del protocolo o las medidas adoptadas, acompañado de una declaración responsable de haber participado la plantilla.

2- Criterios de desempate:

3- Criterios para la consideración de ofertas anormalmente bajas:
% de baja sobre

4- Umbral mínimo de puntuación exigido a la persona licitadora para continuar el proceso selectivo:
Procede SI ☒ NO ☐
En caso afirmativo, especificar las fases en que se aplicará, criterios en que operará y umbral mínimo de puntuación exigido:
Los medios que no superen un umbral mínimo de audiencia en Pamplona no serán valorados y, por tanto, no podrán formar parte de este acuerdo marco. Este porcentaje de audiencia será, en los lotes prensa escrita, radio y televisión, del 1% en castellano y del 0,1% en euskera, de la audiencia total en Pamplona del lote de que se trate (audiencia prensa escrita / audiencia radio / audiencia televisión TDT). En los lotes 2, 6 y 10, dada la especificidad de la prensa digital y la dificultad de contar con datos fiables que limiten geográficamente la audiencia de prensa digital en Pamplona, se exigirá tener al menos el 5% de los usuarios únicos del medio de comunicación con mayor número de usuarios únicos que concurra a este lote.

5.- Apertura pública de la oferta cualitativa SI ☐ NO ☒

M.- CONDICIONES ESPECIALES DE EJECUCIÓN DEL CONTRATO.

SI ☒ NO ☐
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.

N.- PENALIDADES ESPECÍFICAS.

SI ☐ NO ☒

Código seguro de verificación, que puede comprobarse en https://sedeelectronica.pamplona.es

00894768119262659910 46

Ñ.- SEGURO DE RESPONSABILIDAD CIVIL A PRESENTAR POR LA PERSONA ADJUDICATARIA.

SI ☐ NO ☒

O.- POSIBILIDAD DE SUBCONTRATACIÓN.

SI ☐ NO ☒
% máximo de subcontratación en fase de licitación (sobre nº A) – cumplimentar sólo si hay limitación –:

% máximo de subcontratación en fase de ejecución:
Comprobación de pagos a subcontratistas: SI ☐ NO ☐

P.- SEGURIDAD Y SALUD.

Exigencia de Plan de Seguridad y Salud: SI ☐ NO ☒

Q.- CAUSAS ESPECÍFICAS DE RESOLUCIÓN.

SI ☐ NO ☒

R.- SUBROGACIÓN.

SI, ver Anexo III ☐ NO ☒

El marcado de la casilla SI conlleva la obligación de la licitadora, por ley o convenio colectivo, de subrogar al personal que se encuentre prestando el servicio en el momento del cese de la adjudicataria en la presentación del contrato.

S.- PREVISIÓN DE MODIFICACIÓN DEL CONTRATO.

SI ☐ NO ☒

- Previsión, por art. 114.3.b de la LFC, modificación contrato (circunstancia concreta, alcance, límites, % del precio del contrato al que pueden afectar, procedimiento de modificación):

- Posibilidad, por art. 144 de la LFC, de alteración del precio por variación del número de unidades - que no precisa de tramitación de expediente de modificación , y que se contempla en el valor estimado, máximo 10% del precio de adjudicación del contrato SI ☐ NO ☒

T.- OTRAS CONSIDERACIONES.

GASTOS POR CUENTA DE LA CONTRATISTA

Será gastos por cuenta de la contratista, entre otros, los siguientes:

- Los que se requieran para la obtención de autorizaciones, licencias y recogida de documentos o cualquier otra información de Organismos o particulares.
- Los correspondientes a pruebas, ensayos, materiales, envío y recogida de documentación y, en general,

a cuantos trabajos e informes sean necesarios para el cumplimiento de los fines del contrato, así como para su comprobación. - Cualesquiera otros gastos a que hubiera lugar para la realización del contrato, así como financieros, transportes, desplazamientos y honorarios. En el caso del transporte, y con carácter excepcional cuando se realicen envíos fuera de Navarra, el coste será asumido por el Ayuntamiento de Pamplona, previa aceptación del presupuesto por parte de éste. La contratista comprobará que la prueba final confeccionada concuerda con los textos enviados por el Ayuntamiento de Pamplona, haciéndose responsable, en caso de error, del coste de los anuncios gráficos o audiovisuales o de su recepción.

U.- ÍNDICE DE ANEXOS.

☐ **ANEXO I**	MODELO DE SOLICITUD.
☒ **ANEXO II**	1. DECLARACIÓN RESPONSABLE (SOBRE A) o ARCHIVO ELECTRÓNICO(1). 2. INSTRUCCIONES PARA RELLENAR EL DOCUMENTO ÚNICO EUROPEO DE LA CONTRATACIÓN.
☐ **ANEXO III**	SUBROGACIÓN.
☒ **ANEXO IV**	MODELO OFERTA CUANTIFICABLE CON FÓRMULAS (SOBRE C) o ARCHIVO ELECTRÓNICO(3). [Oferta conforme al modelo adjunto que se concreta para este contrato.)
☐ **ANEXOS COMPLEMENTARIOS**	

Código seguro de verificación, que puede comprobarse en https://sedeelectronica.pamplona.es
00894768119262659910 46