



BASES DEL CONCURSO DE PROYECTOS CON INTERVENCIÓN DE JURADO PARA LA CREACIÓN DE LA MARCA CIUDAD MÁLAGA: CONCEPTUALIZACIÓN Y CONSTRUCCIÓN DE MARCA Y CREACIÓN DE LA IDENTIDAD VISUAL
Exp. L03 2022

INDICE

1. OBJETO DEL CONCURSO	2
2. RÉGIMEN JURÍDICO	2
3. IMPORTE MÁXIMO DEL PREMIO Y VALOR ESTIMADO	2
4. CONTRATACIÓN POSTERIOR DEL PROYECTO DE EJECUCIÓN Y DESARROLLO DE LA MARCA	3
5. JUSTIFICACIÓN	4
6. REQUISITOS DE PARTICIPACIÓN EN EL CONCURSO	5
7. EQUIPO TÉCNICO MÍNIMO	5
8. CALENDARIO Y PROCEDIMIENTO DEL CONCURSO	6
8.1 PRIMERA FASE: inscripción y selección de finalistas.....	6
8.2 SEGUNDA FASE: Presentación de propuestas.....	7
9. SEDE DEL CONCURSO Y PRESENTACIÓN DE SOLICITUDES	8
10. JURADO DEL CONCURSO	8
11. PRIMERA FASE: INSCRIPCIÓN Y SELECCIÓN DE FINALISTAS	9
11.1. Presentación de solicitudes de participación.....	9
11.2. Criterios de selección de finalistas.....	11
12. SEGUNDA FASE: CLASIFICACIÓN DE PROPUESTAS	11
12.1. Documentación a presentar.....	11
12.2. Análisis de los anteproyectos y selección del ganador.....	13
13. PROCEDIMIENTO DE VOTACIÓN DEL JURADO	14
14. CONTRAPRESTACIONES ECONÓMICAS A LAS PROPUESTAS FINALISTAS	14
15. ADJUDICACIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL CONTRATO DERIVADO DEL CONCURSO	15
16. PUBLICACIÓN	15
17. INFORMACIÓN, DUDAS Y CONSULTAS	15
18. EXPOSICIÓN Y PUBLICACIÓN DE EXPOSICIÓN	15
19. NORMAS SUPLETORIAS E INTERPRETACIÓN DE LAS BASES	15
20. ACEPTACIÓN DE LAS BASES	16
21. CONSIDERACIONES RELATIVAS A LA PROPIEDAD INTELECTUAL	16
22. CONFIDENCIALIDAD Y PROTECCIÓN DE DATOS	16



1. OBJETO DEL CONCURSO

El objeto de este concurso es la conceptualización, diseño y construcción de la marca ciudad Málaga, así como la creación de la identidad visual de la misma.

2. RÉGIMEN JURÍDICO

El presente concurso se registrará en todo lo no previsto en las presentes bases por lo dispuesto en las "normas especiales aplicables a los concursos de proyectos", recogidos en los artículos 183 y siguientes de la LCSP y por el Real Decreto 1098/2001, de 12 de octubre, por el que se aprueba el Reglamento General de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas, en todo lo que no se oponga a la LCSP.

En concreto, este concurso pertenece a la modalidad prevista en el artículo 183.2 b), y con él se valorarán las diferentes alternativas que desde un punto de vista visual y de identidad de ciudad se planteen en el marco de este concurso, con la intención de seleccionar la alternativa que aporte la propuesta de mayor calidad y excelencia alineada con las estrategias de la ciudad y los valores que se pretenden compartir con la sociedad.

El concurso se desarrollará en dos fases, con intervención de jurado, que actuará de acuerdo con lo indicado en el artículo 187 de la LCSP. El jurado estará integrado por personas físicas independientes de las participantes y adoptará sus decisiones o dictámenes de manera imparcial, sobre la base de la documentación y los criterios técnicos aportados en las propuestas, atendiendo únicamente a los criterios establecidos en las presentes bases.

En una fase posterior a este concurso, el procedimiento continuará con la contratación por parte de PROMÁLAGA del Proyecto de creación de marca y desarrollo de estrategia de lanzamiento e implantación al proyecto ganador.

El proyecto se generará a partir del Anteproyecto presentado en esta fase del concurso y la contratación se hará mediante procedimiento negociado sin publicidad, de conformidad con lo establecido en el artículo 168.d) de la LCSP.

Los derechos de propiedad intelectual generados durante la fase del concurso deberán ser cedidos a PROMÁLAGA tras la adjudicación del concurso.

3. IMPORTE MÁXIMO DEL PREMIO Y VALOR ESTIMADO

El presente concurso contempla el pago de contraprestaciones económicas a los proyectos finalistas (5 en total) en concepto de gastos por elaboración de propuestas y por la entrega de éstas, de acuerdo con lo indicado en el apartado 14 de estas bases, por un importe máximo total de 5.000 euros (IVA excluido) por equipo. Los premios estarán sujetos, en su caso, a la retención correspondiente y al tratamiento fiscal correspondiente.

El concurso podrá declararse desierto si el jurado considera unánimemente que no pueden otorgarse premios, al no haber propuestas que resulten suficientemente satisfactorias para los objetivos del presente concurso.





El importe del valor estimado del concurso se ha calculado conforme a lo previsto en el artículo 183.4 de la LCSP, habiéndose tenido en cuenta por un lado el valor estimado del contrato de servicios y, por otro, los eventuales premios o pagos a los finalistas, resultando el siguiente desglose:

VALOR ESTIMADO	Importe (€)
Del contrato de servicios posterior	75.000 euros
Premios a finalistas	25.000 euros
TOTAL VALOR ESTIMADO DEL CONCURSO sin IVA (€)	100.000 euros

4. CONTRATACIÓN POSTERIOR DEL PROYECTO DE EJECUCIÓN Y DESARROLLO DE LA MARCA

De acuerdo con el fallo del jurado y comprobada la identidad del ganador, Promálaga iniciará mediante procedimiento negociado sin publicidad la adjudicación del servicio de creación de la marca ciudad Málaga, el desarrollo de la plataforma de marca, narrativa de marca y ejecución de las acciones y aplicaciones derivadas de la estrategia para la construcción de la marca, a aquel que haya obtenido el primer premio (ganador), según lo dispuesto en la letra d) del artículo 168 de la LCSP.

Si no se formaliza el contrato de servicios en dicho procedimiento negociado sin publicidad por causas sobrevenidas, ya sean de naturaleza económica u otras que imposibiliten seguir adelante con el contrato o por renuncia expresa, la empresa, persona o equipo ganador del concurso no tendrá derecho a percibir ninguna cantidad adicional en concepto de lucro cesante, ni a ningún tipo de indemnización.

Ante esta situación, el anteproyecto ganador cede a Promálaga la totalidad de los derechos, tal como se especifica en el punto 20 por lo que Promálaga podrá libremente convocar un procedimiento abierto para el desarrollo de los servicios objeto del contrato al cual se ha renunciado.

El contrato, cuya ejecución tendrá una duración máxima de 3 meses, comprenderá los siguientes trabajos:

- Desarrollo de la marca y manual de identidad corporativa
- Narrativa de la marca
- Propuesta de ejecución de acciones de promoción de la marca
- Estrategia de lanzamiento y posicionamiento de la marca
- Creación del universo de la marca y convivencia con otras marcas
- Memoria documental y fotográfica de la marca

El importe máximo previsto para el contrato que se derive del presente concurso, en concepto de honorarios, será de 75.000 € (IVA excluido), de acuerdo con las condiciones recogidas en el apartado 13 de estas bases.

El proceso de negociación versará sobre los plazos estimados para la redacción de los diferentes documentos y trabajos reflejados anteriormente. En el supuesto de renuncia del ganador o no poder comprobar el cumplimiento de las condiciones exigidas, como el equipo de trabajo, Promálaga podrá abrir un proceso de negociación con los siguientes finalistas, por orden de clasificación.



5. JUSTIFICACIÓN

El Ayuntamiento de Málaga trabaja en la definición de un nuevo modelo de ciudad desde una perspectiva transversal en todos los puntos de contacto con ciudadanos, visitantes, empresas e instituciones.

La ciudad de Málaga cuenta con varios planes de desarrollo que orientan la estrategia de la ciudad y que implementan un modelo definido en la Estrategia Málaga 2020, en la "Agenda Urbana en la estrategia de sostenibilidad integrada 2020-2050". Estos planes marcan la referencia del contexto actual de la ciudad y orientan las actuaciones operativas para que Málaga sea "una ciudad metropolitana de alcance mediterráneo, metrópoli de alta calidad de vida y respeto medioambiental, capital económica y tecnológica de Andalucía, capital turística y de ocio europea".

Para apoyar estas estrategias, se hace necesario contar con una marca global que posicione a Málaga en el contexto de los territorios, que refleje su identidad múltiple y que visibilice los valores y propósitos que hacen la ciudad única. Es necesario reflexionar sobre cómo posicionar a la ciudad en un contexto global, así como qué relato contar. Una marca que identifique a la ciudad de Málaga y sus habitantes, teniendo en cuenta su contexto histórico, cultural, económico, social y ambiental; posicionando la imagen de la ciudad en el ámbito local, nacional e internacional e influyendo, a la vez, positivamente en la cultura de toda la ciudadanía de Málaga.

El entorno que rodea al mundo desde la pandemia ha hecho que las ciudades tengan que reaccionar de distintas maneras. Desde el Ayuntamiento de Málaga se están desarrollando propuestas dinamizadoras para la ciudad y transformar su tejido productivo, relanzando la economía y la actividad de la ciudad tras el impacto de la COVID-19. La oportunidad para lanzar la marca ciudad **Málaga** en este nuevo escenario único, a la vez que incierto, debe afianzar una posición al alza percibido por los agentes sociales.

Es ahora un momento óptimo para definir la identidad gráfica y el concepto para posicionar a la capital en escenarios nacionales e internacionales y generar así una impronta que destaque su cultura y tradición en los próximos años, para desarrollar un universo visual y un discurso capaz de asumir el reto de contar qué es Málaga de forma global e integradora. La creación de dicho universo debe estar alineado con los valores, personalidad, posicionamiento y propósitos de la marca ciudad.

La idea de la sostenibilidad, las políticas urbanas, la pluralidad de la sociedad malagueña, las infraestructuras, la relación con la provincia y la región, la apuesta tecnológica, el giro en las últimas dos décadas hacia un modelo cultural o la universalidad de la ciudad como destino turístico deben ser punto de partida y el sustento de la marca Málaga orientada a generar la internacionalización, exportación y promoción de la ciudad, a la vez que el arraigo y cohesión a nivel local y regional.

Es necesario actualizar el relato de ciudad y sentar las bases que permitan proyectarla mejor, de manera consistente y sinérgica desde todos los ámbitos. La ciudad lleva el peso de ser uno de los motores económicos de primer orden en Andalucía. Generación tras generación, Málaga ha crecido, evolucionado y se ha transformado, fluyendo hacia la prosperidad de sus ciudadanos y de toda una región.

De todo esto nace la necesidad, casi el deber, de crear una marca ciudad capaz de contar todo lo que significa Málaga. Como punto de partida, nuestra diversidad, apertura y hospitalidad a todo aquel que elige Málaga como destino para visitar, vivir, trabajar, estudiar, que se enamora de la ciudad. Además, la ciudad cuenta con un tejido





empresarial que apuesta decididamente por Málaga lo que significa creación de empleo, oportunidades y riqueza para los ciudadanos.

La marca ciudad Málaga debe ofrecer un relato, una identificación gráfica y un tono que ayude a competir en el mundo globalizado e hiperconectado; a atraer visitantes, empresas, congresos, sedes, eventos, inversiones, talento, etc.; a dinamizar la economía y mejorar la calidad de vida de Málaga y sus habitantes. Y, a la vez, que los ciudadanos se identifiquen con la marca y sientan que la misma les representa dentro y fuera de la ciudad. Para ello hay que hacer valer lo que caracteriza a Málaga y lo que se puede ofrecer al mundo de una manera "única".

En definitiva, el trabajo de la creación de la nueva marca ciudad Málaga debe recoger la esencia de ser una ciudad admirada universalmente, que atrae inversiones y visitantes de alto valor, que capta y retiene talento y que genera en su ciudadanía un sano orgullo de pertenencia.

6. REQUISITOS DE PARTICIPACIÓN EN EL CONCURSO

Este concurso se regirá por el principio de libre concurrencia y podrán presentar la solicitud, por sí o por medio de representantes debidamente autorizados, las personas físicas o jurídicas, españolas o extranjeras, que, de acuerdo con lo previsto en los artículos 65 a 70 de la LCSP, tengan plena capacidad de obrar, no estén incurso en las causas de prohibición de contratar establecidas en el artículo 71 de la LCSP en la fecha de conclusión del plazo de presentación de proposiciones, ni tampoco cuando se proceda al fallo del concurso y, acrediten la solvencia económica, financiera y técnica o profesional.

Las personas jurídicas sólo podrán participar en este concurso si los fines, objeto o ámbito de su actividad, a tenor de lo que dispongan sus estatutos o reglas fundacionales, son acordes a las prestaciones que se exigen en este concurso de selección de una propuesta de creación de marca ciudad. En este sentido, se podrán presentar profesionales o equipos de profesionales del branding, diseño gráfico o la comunicación.

Las personas físicas o jurídicas de Estados no pertenecientes a la Unión Europea deberán cumplir los términos exigidos en los artículos 68 y 84.3 de la LCSP y en el artículo 10 del RGLCAP; igualmente, en caso de resultar adjudicatarias deberán abrir sucursal en España, con designación de apoderados o representantes para sus operaciones, e inscribirse en el Registro Mercantil. Las empresas no españolas de Estados miembros de la Unión Europea (o signatarios del Acuerdo sobre el Espacio Económico Europeo) deberán sujetarse a lo dispuesto en el artículo 67 de la LCSP.

No podrán concurrir al concurso las empresas que hubieran participado en la elaboración de las especificaciones técnicas o de los documentos preparatorios del contrato siempre que dicha participación pueda provocar restricciones a la libre concurrencia o suponer un trato privilegiado con respecto al resto de las empresas licitadoras.

Los requisitos de solvencia exigidos se detallan en el apartado 11.1 de estas bases.

7. EQUIPO TÉCNICO MÍNIMO

El ganador del concurso, para poder optar al contrato subsiguiente, deberá contar con los medios humanos y técnicos suficientes para garantizar la disponibilidad necesaria y demandada por el Órgano de Contratación y/o por las necesidades de los servicios técnicos municipales o cualquier otra entidad pública o de interés general, así como para garantizar la correcta ejecución del contrato de servicios para la conceptualización y





creación de la marca ciudad Málaga y del desarrollo de la estrategia de lanzamiento e implantación teniendo en cuenta los servicios a desarrollar anteriormente descritos.

En cuanto a los recursos humanos se deberá contar/poner a disposición de la ejecución del contrato a un mínimo de 3 personas, que acrediten experiencia de más de 5 años en el ámbito del branding, diseño gráfico y comunicación. Para ello deberán aportar el CV de cada uno de los integrantes del grupo de trabajo, así como una declaración responsable de cada uno de ellos, en la que se describa su experiencia, trabajos realizados, etc.

Además de estos perfiles, el equipo podrá aportar cuantas personas asesoras considere oportunas para complementar este equipo mínimo.

Las reuniones con el Órgano de Contratación se celebrarán físicamente en la ciudad de Málaga, o por video-conferencia si de esta manera lo estableciera Promálaga.

Al equipo que resulte ganador del presente concurso se le exigirá que, conforme a lo dispuesto en el artículo 150.2 de la LCSP, acredite formalmente la efectiva disposición de tales medios.

8. CALENDARIO Y PROCEDIMIENTO DEL CONCURSO

El concurso se desarrollará en dos (2) fases:

8.1 PRIMERA FASE: inscripción y selección de finalistas.

La primera fase se desarrollará de acuerdo con el siguiente calendario y procedimiento, ajustándose a los plazos que se indican a continuación, contados en días hábiles, salvo cuando se exprese lo contrario:

- **Publicación.** Las bases del presente concurso se publicarán en el Perfil del Contratante de Promálaga en la PLACSP.
- **Inscripción.** Los interesados dispondrán de un plazo de 20 días hábiles desde la fecha de publicación de las bases en el perfil de contratación de Promálaga para presentar su solicitud. Las solicitudes de participación se presentarán según el modelo que se adjunta como Anexo I de estas bases, acompañadas de la documentación que se indica en el apartado 11.1 de estas bases. Promálaga no abonará importe alguno a los equipos participantes en esta primera fase por su presentación al concurso.
- **Admisión de participantes.** El órgano de contratación procederá inicialmente al examen administrativo de la documentación presentada por las empresas licitadoras. En caso de que la documentación contuviese defectos sustanciales o deficiencias materiales no subsanables no será admitido en el concurso, debiéndose motivar la inadmisión de las empresas licitadoras. En caso de que se detecten defectos subsanables, se comunicará, para su solución, para lo que dispondrá de un plazo máximo de tres días hábiles.
- **Candidaturas admitidas.** Transcurrido el plazo de subsanación, se elaborará la lista de candidaturas admitidas, que será publicada en el Perfil de Contratante.
- **Selección de finalistas.** El órgano de contratación seleccionará como finalistas a los cinco concursantes que hayan obtenido la mayor puntuación, según los criterios de selección fijados en el punto 11.2., a los que se invitará a participar en la siguiente fase de manera expresa. La lista de finalistas seleccionados para la



segunda fase se publicará en el Perfil del Contratante y será notificado según la normativa.

En caso de que alguno de los equipos finalistas renunciase a participar en la segunda fase, Promálaga se reserva la potestad de invitar al siguiente o los siguientes clasificados, respetando en todo caso el orden de puntuación.

Promálaga, en caso de considerarlo necesario y por razones justificadas, podrá suspender el procedimiento o ampliar los plazos indicados en este apartado, siempre dentro del sometimiento a la normativa aplicable.

8.2 SEGUNDA FASE: Presentación de propuestas.

Se hará de forma anónima, bajo un título.

La segunda fase se desarrollará de acuerdo con el siguiente calendario y procedimiento, ajustándose a los plazos que se indican a continuación, contados en días naturales, salvo cuando se exprese lo contrario:

- **Invitación.** Una vez seleccionados los finalistas, Promálaga les remitirá invitación para participar en la segunda fase del concurso. Junto a esta comunicación, se enviará un briefing, cuyo contenido es la base de las propuestas que se presenten (Anteproyecto).
- **Presentación de propuestas.** En la invitación se indicará la fecha límite para la presentación de las propuestas, que no será inferior a dos meses desde su notificación. En ese plazo, los finalistas tendrán que presentar un anteproyecto que se realizará a través de la PLACSP, junto con la documentación indicada en el apartado 12.1 de estas bases. En esta segunda fase, las propuestas se presentarán de manera anónima, bajo un título elegido por el finalista. Durante este tiempo podrán realizar consultas al órgano de contratación, de acuerdo con lo indicado en el apartado 16 de estas bases.
- **Constitución del jurado.** Finalizado el plazo de presentación de propuestas, el jurado procederá a su constitución oficial.
- **Valoración de propuestas.** El jurado efectuará una valoración de las propuestas presentada según los criterios establecidos en el apartado 12.2 de las bases que regulan este concurso, elevando al órgano de contratación un informe de la clasificación de los proyectos. El jurado podrá constituir cuantas sesiones estime oportunas para realizar la valoración de la documentación presentada.
- **Fallo del concurso.** En el plazo máximo de **un mes**, contando a partir de la fecha de entrega de las proposiciones, el jurado emitirá su fallo, publicándose la correspondiente Acta de Fallo. El jurado deberá designar un proyecto ganador, clasificando del 1º al 5º los proyectos finalistas. Asimismo, podrá dictaminar sobre la procedencia de declarar el concurso desierto por ausencia de propuestas de suficiente entidad técnica, funcional o estética.

Promálaga, en caso de considerarlo necesario y por razones justificadas, podrá suspender el procedimiento o ampliar los plazos indicados en este apartado, siempre dentro del sometimiento a la normativa aplicable.



9. SEDE DEL CONCURSO Y PRESENTACIÓN DE SOLICITUDES

Se establece como sede del concurso las oficinas centrales de Promálaga, sitas en Plaza Jesús el Rico n.1 de la ciudad de Málaga. Las solicitudes de participación, así como las propuestas de anteproyecto se presentarán durante el plazo fijado en el anuncio del concurso, de forma electrónica, a través del perfil de contratación de Promálaga en PLACSP.

10. JURADO DEL CONCURSO

El jurado de este concurso estará compuesto por siete personas. El jurado incorporará, con la condición de vocales con voz y voto, a las siguientes personas expertas en el sector de las marcas, la comunicación y el diseño:

- **Cristina Vicedo Álvarez** (Presidenta del Jurado). Presidenta de la asociación AeBrand, CEO y fundadora de la agencia creativa Sincerely y directora académica del instituto de Empresa.
- **Antonio Herráiz Pacheco**. Director creativo en Antonio Herráiz Publicidad y Diseño S.L.
- **Juan Aguilar Jiménez**. Docente e Investigador de la Universidad de Málaga. Director de Creative Lab en la Universidad de Málaga.
- **Alfonso Simón**. Docente en la Escuela de Arte San Telmo de Málaga.
- **Mónica Moro**. Presidenta del Club de Creativos. Directora general creativa en Mc Cann Spain consultora independiente.
- **Idamor Fernández**. Consultor en creatividad y estrategia de marca. Vocal en la AAD (Asociación Andaluza de diseñadores)
- **Jesús Espino González**. Director General de Comunicación del Ayuntamiento de Málaga

El jurado estará compuesto por personas físicas independientes de los equipos participantes en el concurso.

Además de estos siete miembros del jurado se establece la figura de **secretario y coordinador** del jurado, que desempeñará Daniel Vico, profesional del branding y asesor para el Ayuntamiento de Málaga en la creación de la marca ciudad "Málaga", que tendrá las funciones de coordinación con el resto de los miembros del jurado; convocatorias de las reuniones; redacción de actas de las reuniones del jurado. Esta figura dentro del jurado tendrá voz, pero no voto.

El jurado se podrá constituir siempre que comparezcan al menos dos tercios de sus miembros, en primera convocatoria, o la mitad más uno en segunda convocatoria. Las decisiones del jurado serán tomadas por mayoría simple, teniendo la presidencia voto de calidad en caso de empate en las deliberaciones. En caso necesario, la presidencia podrá delegar su puesto en otro miembro del jurado. Las decisiones del jurado serán públicas, justificadas e inapelables. Deberá realizar una valoración razonada de las propuestas seleccionadas.

Los miembros del jurado que no sean personal del Ayuntamiento de Málaga percibirán las dietas correspondientes, fijadas en 1.000 euros brutos por miembro del jurado.

En lo no previsto en estas bases, el funcionamiento del jurado se regirá por lo dispuesto para las mesas de contratación en la LCSP, y su normativa de desarrollo, o, en su defecto por lo establecido en la regulación general sobre órganos colegiados de las Administraciones Públicas.



11. PRIMERA FASE: INSCRIPCIÓN Y SELECCIÓN DE FINALISTAS

11.1. Presentación de solicitudes de participación.

Toda la documentación que se presente por los licitadores deberá estar redactada en castellano. Al objeto de contrastar los datos facilitados, PROMÁLAGA se reserva la facultad de efectuar las comprobaciones que estime oportunas.

Sobre 1: Documentación general

En este sobre se incluirá la siguiente documentación:

- Documentación acreditativa de la personalidad y capacidad de obrar
 - 1) Solicitud de participación y declaración responsable de no estar incurso el licitador en las prohibiciones de contratar previstas en el artículo 71 de la LCSP y de hallarse al corriente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias frente al Estado y la entidad local y con la Seguridad Social impuestas legalmente, y con PROMÁLAGA, conforme Anexo I, así como declaración de ausencia de conflicto de intereses generales y con los miembros del jurado conforme Anexo II.
 - 2) Certificado de inscripción en el ROLECE. En caso de no estar inscrito en el ROLECE, se deberá presentar:
 - a) Documento Nacional de Identidad, en caso de persona física.
 - b) Las personas jurídicas presentarán copia del número de Identificación Fiscal.
 - c) La capacidad de obrar del licitador se acreditará mediante escritura de constitución de la Sociedad o de modificación, en su caso, inscrita en el Registro Mercantil, cuando este requisito fuera exigible conforme a la legislación mercantil que le sea aplicable. Si no lo fuere, escritura o documento de constitución, estatutos o acto fundacional en el que constaren las normas por las que se regula su actividad, inscritos, en su caso, en el Registro Público que corresponda, según el tipo de persona jurídica de que se trate.
 - d) Poder bastante.
 - e) Si se obra en representación de una entidad, a la que se habrá de acompañar Documento Nacional de Identidad del representante/administrador o, en su caso, el documento que haga sus veces aceptado en derecho. Si la solicitud es presentada por el administrador de la persona jurídica, la escritura de constitución se considerará poder bastante, debiendo no obstante presentar copia del DNI del administrador junto a la misma.
 - f) En caso de concurrir en unión temporal, se deberá presentar compromiso de formalizar UTE en caso de ser finalistas, así como porcentaje de participación de las entidades que concurren en UTE.

- Documentación acreditativa de la solvencia económica y financiera

La solvencia económica-financiera se acreditará mediante el volumen anual de negocios del licitador, referido al año de mayor volumen de los tres últimos concluidos. El importe del volumen anual de negocio deberá ser de importe igual o superior a 112.500 euros. El volumen anual de negocios del licitador o candidato se acreditará por medio de sus cuentas anuales aprobadas y depositadas en el Registro Mercantil, si el empresario estuviera inscrito en dicho registro, y en caso contrario por las depositadas en el registro oficial en que deba estar inscrito. Los empresarios individuales no inscritos en el Registro Mercantil acreditarán su volumen anual de negocios mediante la aportación de su declaración del IRPF.



- Documentación para acreditar la solvencia técnica o profesional

La solvencia técnica y profesional se acreditará mediante el cumplimiento de los siguientes criterios, para los que habrá que aportar toda la documentación que se detalla a continuación:

- 1- Experiencia previa. Una relación enumerativa de los principales y más destacados servicios o trabajos relacionados con el objeto del concurso en los últimos cuatro años que incluya importe, fechas y el destinatario público o privado, de los mismos. Los servicios o trabajos efectuados se acreditarán mediante certificados expedidos o declaración del propio empresario conforme anexo III. Se cumplirá este criterio de solvencia si se justifica un nivel de facturación mayor o igual a 52.500 euros en servicios similares a los del objeto del concurso en el año de mayor ejecución de los cuatro últimos (2018-2019-2020-2021).

Sobre 2: Documentación para acreditar los criterios de selección

En este sobre se incluirá la siguiente documentación:

Los criterios de selección se acreditarán mediante la aportación de toda la documentación que se detalla a continuación:

1. Experiencia probada.
Se acreditará con la presentación del alta inicial en el IAE correspondiente o certificado de situación censal en vigor.
2. Desarrollo de marcas.
Se presentará la relación enumerativa conforme anexo IV de todos los trabajos de desarrollo de marcas que incluya descripción y el destinatario público o privado, de los mismos.

Los trabajos efectuados se acreditarán mediante certificados expedidos o visados por el órgano competente, cuando el destinatario sea una entidad del sector público; cuando el destinatario sea un sujeto privado, mediante un certificado expedido por este o, a falta de este certificado, mediante una declaración del empresario acompañado de los documentos obrantes en poder de este que acrediten la realización de la prestación.

3. Branding de territorio.
Se presentará la relación enumerativa conforme anexo V de todos los trabajos de branding de territorio que incluya descripción y el destinatario público o privado, de los mismos.

Los trabajos efectuados se acreditarán mediante certificados expedidos o visados por el órgano competente, cuando el destinatario sea una entidad del sector público; cuando el destinatario sea un sujeto privado, mediante un certificado expedido por este o, a falta de este certificado, mediante una declaración del empresario acompañado de los documentos obrantes en poder de este que acrediten la realización de la prestación.

4. Participación en concursos.
Se aportará listado oficial o certificado de admitidos en el concurso con mención expresa al participante.

Cada participante no podrá presentar más de una solicitud para participar en el concurso. No podrá formar parte de ningún equipo que presente solicitud si lo hace



individualmente. No podrán participar en el concurso, como titulares o como miembros de equipos, las personas incluidas en los siguientes supuestos:

- Miembros del jurado o asesores y asesoras del mismo.
- Quienes tengan con los anteriores, parentescos de primer o segundo grado de consanguinidad o afinidad.
- Quienes estén incurso en alguno de los supuestos de incompatibilidad contemplados en la Ley 3/2015, de 30 de marzo, reguladora del ejercicio de alto cargo de la Administración General del Estado o en los artículos 70 y 71 de la LCSP.

11.2. Criterios de selección de finalistas.

La puntuación máxima que se podrá obtener en esta fase será de **100** puntos.

Se seleccionarán para la segunda fase un máximo de cinco finalistas. En caso de empate, tendrá prioridad la candidatura que haya acreditado mayor experiencia en el criterio 1, esto es, más tiempo de experiencia, no más puntos obtenidos.

Las solicitudes se clasificarán de acuerdo con el siguiente baremo:

1. Experiencia probada en el ámbito del branding, diseño gráfico y comunicación. Se otorgará un punto por cada año (o fracción final mayor a seis meses) que exceda de 5 años, hasta un máximo de **15 puntos**.
2. Desarrollo de marcas e implantación de las mismas en el ámbito público y privado. Se otorgará un punto por cada marca desarrollada que exceda de 10 marcas, hasta un máximo de **15 puntos**.
3. Desarrollo de branding de territorio, entendiendo el branding del territorio como la creación, desarrollo e implantación que tiene en cuenta las distintas realidades del territorio, adecuado y que sirva para propiciar el desarrollo del lugar.
 - o Por cada marca País, 20 puntos.
 - o Por cada marca ciudad o turística, 15 puntos.
 - o Por cada marca región o comarca, 10 puntos.
 - o **Máximo de 60 puntos en esta categoría.**
4. Participación en procedimientos similares (concurso marca territorio). Se otorgarán cinco puntos por cada participación en un concurso de marca territorio, hasta un máximo de **10 puntos**.

En caso de concurrir en UTE de diferentes profesionales o empresas, los méritos de cada una de ellas se valorarán acumuladamente, salvo que los méritos hagan referencia a un mismo proyecto o trabajo, que no podrá ser valorado dos veces.

12. SEGUNDA FASE: CLASIFICACIÓN DE PROPUESTAS

12.1. Documentación a presentar

En esta segunda fase, las propuestas presentadas a concurso guardarán el anonimato, de acuerdo con lo expresado en el artículo 187.4 de la LCSP.

Para asegurar el anonimato, los finalistas seleccionados según las indicaciones contenidas en el apartado 12.2 de estas bases presentarán la documentación con un **título** que imposibilite la identificación directa o indirecta de los participantes, sin indicación ni alusión a nombres, firmas o actividades que puedan identificar la autoría de la propuesta finalista.





El título consistirá en una palabra, frase o combinación alfanumérica y no podrá ir acompañado de ningún elemento gráfico que permita la identificación referida. El incumplimiento de esta obligación será **causa automática de exclusión del concurso**.

Sobre Adicional: Contenido de la propuesta (Anteproyecto)

Los anteproyectos deberán incluir los siguientes documentos:

Doc. 1. Memoria descriptiva:

- Propuesta estratégica, plataforma de marca, posicionamiento y conceptualización creativa de la marca.
- Propuesta gráfica.
- Propuesta de desarrollo.
- Propuesta de acciones para el lanzamiento e implementación del briefing...

Doc. 2. Propuesta de organización del servicio:

- Propuesta de organización del servicio a prestar teniendo en cuenta la fase de lanzamiento e implantación de la marca (debe incluir propuesta de calendario de ejecución en función de las especificaciones del briefing y recursos humanos.

Los anteproyectos finalistas son susceptibles de ser acompañados de otros elementos (todos incluidos en un Doc.3) que expliquen o enriquezcan la propuesta, además de los especificados de manera previa.

En cada uno de los documentos presentados y en el encabezado o pie de cada una de las páginas de la memoria deberá señalarse el título de la propuesta; sin embargo, ninguno de los documentos contenidos en el anteproyecto y, por tanto, ningún documento integrante de la memoria podrá llevar más identificación que esa.

El incumplimiento de esta obligación será causa automática de exclusión del concurso.

A continuación, se desglosan los aspectos que debe considerar dicho Anteproyecto que presentará una propuesta única de marca ciudad Málaga cuyos detalles se ampliarán en el briefing que se entregará a los 5 finalistas:

- Un relato que argumente lo que debe ser la nueva marca "Málaga", el enfoque para la creación de la nueva marca y del desarrollo de su universo. La base de este relato se ceñirá a los argumentos que contendrá el briefing para la creación de la marca Málaga en este contexto y en este momento.
- La plataforma de la marca Málaga. Documento donde se desarrollen los puntos clave de la esencia de la marca: ¿Hacia dónde vamos? ¿Cómo nos describimos? ¿Qué nos hace únicos? ¿Cómo queremos que nos vean? ¿En qué creemos y cómo actuamos? ¿Cuál es nuestro mensaje principal? ¿Qué valor podemos aportar? ¿Para qué estamos aquí? Todas las respuestas deberán ajustarse a los parámetros expuestos en el briefing entregado.
- Conceptualización y desarrollo de la nueva marca, desarrollo de la propuesta estratégica.
- Desarrollo básico de un universo de marca/sistema visual. Deberá incluir de forma al menos básica el planteamiento para el lanzamiento de la nueva marca y su implementación.
- Propuesta de ejecución del proyecto estableciendo los tiempos y los recursos materiales y humanos puestos al servicio de éste en función de lo especificado en el briefing que se entregará a los finalistas. Deberá ajustarse al alcance marcado



en el briefing, así como trabajar sobre los conceptos e ideas clave del mismo, en relación a la identidad de la marca y a las oportunidades de comunicación que se presentan en él.

En el anteproyecto y en la posterior fase de desarrollo de la estrategia de lanzamiento e implantación deben tenerse en cuenta, tal y como se describirán en el briefing, los públicos prioritarios a los que va dirigida la marca y, por tanto, su campaña de lanzamiento e implantación:

- Ciudadanía residente en la ciudad de Málaga.
- Visitantes potenciales del destino a distintos niveles de ámbito territorial: regional, nacional e internacional.
- Potenciales profesionales de los sectores empresariales con capacidad de invertir en la ciudad: inversores, empresarios y profesionales, startups y emprendedores de dentro y fuera de la ciudad que desarrollan o que potencialmente pueden desarrollar sus proyectos en Málaga.
- Potenciales residentes, que eligen Málaga como segunda residencia, residencia temporal o residencia para la jubilación.
- Tejido empresarial de la ciudad.
- Entidades e instituciones de la sociedad civil de Málaga.

12.2. Análisis de los anteproyectos y selección del ganador

Una vez finalizado el plazo de presentación de propuestas, el jurado procederá a examinar los anteproyectos.

Una vez estudiada la documentación técnica, el jurado elevará a al órgano de contratación de Promálaga en el plazo máximo de **un mes** desde la recepción de las propuestas, un informe comprensivo de la clasificación de dichas propuestas según los siguientes criterios:

- Calidad conceptual y estratégica.

Se valorará que las ideas sean la base de los proyectos, como también la pertinencia y la articulación con que estas ideas sean ejecutadas o representadas. En consecuencia, se valorará la capacidad de transmitir el mensaje a través del lenguaje visual, verbal y cognitivo en general, así como la habilidad y la capacidad creativa en la implementación de las ideas a la ciudad y los canales puestos a su disposición.

- Calidad formal.

Además de valorar las ideas excelentemente resueltas en su ejecución, también se valorará las representaciones formales que consigan una gran percepción, que sean sorprendentes o que sean altamente pertinentes para plasmar el contenido que transmiten. El jurado estudiará la solidez y la intensidad de las propuestas estéticas y de diseño que destaquen del resto.

- Aportación extra.

Se valorarán positivamente las propuestas innovadoras, sea en la vertiente conceptual que suponen una aportación en la metodología, en el diseño, en la ejecución, en el ámbito temático o en el componente comunicativo del proyecto.

- Calidad formal funcional/Utilidad de los proyectos.

Se tendrán en cuenta los aspectos funcionales de los proyectos ejecutados y de las piezas presentadas y la calidad con la que cumplen con los objetivos que el briefing propondrá. En este sentido, es un factor de selección el grado en que se hayan tenido en cuenta las necesidades establecidas por Promálaga.



- Consistencia.

La consistencia y coherencia interna de los proyectos y las piezas desarrolladas en todas sus variaciones, así como con el resto de los elementos con los que tienen que convivir. A la vez, se valorará la consistencia con el briefing y contexto comunicativo presentado por parte de Promálaga.

13. PROCEDIMIENTO DE VOTACIÓN DEL JURADO

La votación se realizará en tres rondas de eliminación.

- En la primera, cada miembro del jurado puede votar por uno, varios o todos los anteproyectos y pasarán a la siguiente ronda de votación aquellos que hayan obtenido 2 ó más votos. Si no pasa ningún anteproyecto, se declarará el concurso desierto.
- En la segunda ronda, cada miembro del jurado tiene 2 votos (opciones) y quedan seleccionados los anteproyectos con al menos 3 votos. Si solo pasa uno, será declarado ganador.
- En caso necesario, se procederá a una tercera ronda, donde cada miembro del jurado dispondrá de un solo voto y de aquí se seleccionará el anteproyecto ganador, por mayoría simple.

El jurado hará constar en un informe de valoración, firmado por sus miembros, la clasificación de los proyectos, teniendo en cuenta los méritos de cada proyecto, junto con sus observaciones y cualesquiera aspectos que requieran aclaración, en su caso.

De acuerdo con lo indicado en el artículo 187.7 de la LCSP, de ser necesario, podrá invitarse a los equipos participantes a que respondan a preguntas que el jurado haya incluido en el informe, para aclarar cualquier aspecto de los proyectos, debiéndose levantar un acta completa del diálogo entre el jurado y participantes. Este diálogo se articulará a través del órgano de contratación, de forma que se garantice en todo momento el anonimato de las propuestas.

Tomando en consideración el informe de valoración y, en su caso, el acta del diálogo, el jurado emitirá su dictamen. Conocido el dictamen del jurado por el Promálaga y su órgano de contratación, éste podrá proceder a la adjudicación, según establece el art. 187.8 de la LCSP.

14. CONTRAPRESTACIONES ECONÓMICAS A LAS PROPUESTAS FINALISTAS

Además de la contraprestación económica a los 5 finalistas, el ganador tendrá el derecho a participar en un procedimiento negociado sin publicidad, en la forma establecida en las presentes bases y en la legislación de Contratos del Sector Público, del contrato cuyos honorarios totales alcanzarán como máximo la cantidad de **75.000 €**, IVA excluido.

Promálaga se reserva el derecho de no iniciar, por causas justificadas, el citado procedimiento de contratación, no teniendo el/la concursante ganador/a derecho a indemnización alguna por dicho hecho.

Promálaga abonará una cantidad de **5.000 € (IVA excluido)** a cada uno de los equipos finalistas que habiendo aceptado participar en la segunda fase, la hayan desarrollado.

Cada uno de estos pagos sólo será abonado si los servicios técnicos de Promálaga consideran que la correspondiente propuesta y la documentación presentada cumplen con los requisitos del concurso. Tendrán el carácter de contraprestaciones económicas por





la entrega y puesta a disposición de Promálaga de las propuestas presentadas, y como compensación de gastos de redacción de propuesta, por lo que deberán considerar el IVA correspondiente y estarán sujetas a retención a cuenta del IRPF.

15. ADJUDICACIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL CONTRATO DERIVADO DEL CONCURSO

De acuerdo con el fallo del jurado, Promálaga iniciará mediante procedimiento negociado la adjudicación del servicio de desarrollo de la marca al concursante clasificado en primer lugar, según lo dispuesto en la letra d) del artículo 168 de la LCSP. El contrato comprenderá los trabajos, honorarios y demás indicaciones recogidas en el punto 4 de las presentes bases.

16. PUBLICACIÓN

De acuerdo con lo establecido en los artículos 136 y 186 de la LCSP, el anuncio de estas bases se efectuará en el perfil del contratante de Promálaga en la PLACSP. Una vez finalizado el procedimiento se procederá a la publicación del resultado del concurso en la PLACSP, según lo dispuesto en los artículos 154 y 186 de la LCSP.

17. INFORMACIÓN, DUDAS Y CONSULTAS

Desde la publicación del anuncio de celebración del concurso y hasta la finalización del plazo de presentación de solicitudes de participación, estarán a disposición de los/as interesados/as en el perfil del contratante de Promálaga todos los documentos oportunos.

A los cinco equipos concursantes que resulten finalistas se les entregará, además, para la elaboración de la segunda fase, el briefing con la información necesaria para el desarrollo de los anteproyectos.

Las dudas y consultas que puedan surgir a los concursantes durante el desarrollo de este concurso podrán ser remitidas y tramitadas a través de la PLACSP.

18. EXPOSICIÓN Y PUBLICACIÓN DE EXPOSICIÓN

Promálaga podrá organizar una exposición de las propuestas presentadas en la segunda fase del concurso, así como la publicación de las mismas en revistas especializadas y en su página web, haciendo constar en todo caso la autoría de las citadas propuestas.

Igualmente, podrán ser objeto de una publicación o catálogo, en el que se harán constar su autoría.

19. NORMAS SUPLETORIAS E INTERPRETACIÓN DE LAS BASES

Corresponde al órgano de contratación la interpretación de estas bases en todos sus extremos, en los límites y con sujeción a lo dispuesto en la normativa vigente.

En lo no previsto en estas bases será de aplicación la LCSP, el RGLCAP y con carácter supletorio, se aplicarán las restantes normas de Derecho Administrativo y, en su defecto, las normas de Derecho Privado.

Todos los documentos que se presenten por las empresas licitadoras deberán ser electrónicos y ser auténticos o autenticados conforme a la normativa de aplicación.





Los documentos se presentarán en español (salvo aquellos justificantes originales que pudiesen proceder de otros países, que deberán ser acompañados de traducción al español).

20. ACEPTACIÓN DE LAS BASES

La inscripción en el concurso y la aceptación de la invitación a participar en la fase de presentación de propuestas implican el conocimiento y cumplimiento por los concursantes de estas bases.

21. CONSIDERACIONES RELATIVAS A LA PROPIEDAD INTELECTUAL

Los estudios, memorias, diseños o cualesquiera otras creaciones originales susceptibles de ser objeto de propiedad intelectual aportadas en la fase de presentación de propuestas corresponderán al autor o autora por el solo hecho de su creación, si bien los cinco anteproyectos seleccionados, y sin perjuicio de sus derechos inalienables de autoría, ceden con carácter exclusivo a Promálaga la titularidad de los derechos de explotación de dicho proyecto para la reproducción, distribución, exposición y publicación en todo el mundo y sin limitación de tiempo, y por cuantas ediciones y número de ejemplares estime oportuno, entregando a estos efectos el medio o soporte material en que se expresa la obra, que pasarán a ser propiedad de Promálaga.

Asimismo, no podrán usarlas para otras finalidades, ni como material de base para la redacción de otras propuestas. Todo ello de acuerdo con lo dispuesto en el Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual.

22. CONFIDENCIALIDAD Y PROTECCIÓN DE DATOS

Los equipos concursantes deberán respetar la confidencialidad de aquella información a la que tengan acceso con ocasión del concurso. No podrán, sin previa autorización expresa de Promálaga, publicar noticias, dibujos y/o fotografías de las obras objeto del concurso, ni autorizar a terceros su publicación sin dicha autorización.

En materia de protección de datos de carácter personal, se estará a lo dispuesto en la disposición adicional vigesimoquinta de la LCSP y disposiciones concordantes.

Fdo. Francisco Salas Márquez
Director-Gerente de Promálaga
Málaga, a fecha de firma digital





ANEXO I: MODELO SOLICITUD PARTICIPACIÓN Y DECLARACIÓN RESPONSABLE

D. /D^a _____, con D.N.I./ NIE núm. _____, en nombre propio o en representación de la Empresa _____, con CIF nº _____ al objeto de solicitar su participación en el concurso Marca Málaga con nº exp. L03 2022,

DECLARA BAJO SU RESPONSABILIDAD LO SIGUIENTE:

- 1.- Que ni yo mismo, ni la Sociedad a la que representa, ni ninguno de sus administradores ni apoderados se hallan incurso en ninguna de las prohibiciones establecidas en el artículo 71 de la LCSP.
- 2.- Que ni la Sociedad a la que representa, ni ninguno de sus administradores ni apoderados se hallan incurso en ninguna de las prohibiciones e incompatibilidades establecidas en los apartados 1 y 2 del artículo 57 de la Directiva 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014, sobre contratación pública y por la que se deroga la Directiva 2004/18/CE.
- 3.- Que la Sociedad se encuentra al corriente del cumplimiento de las obligaciones tributarias con el Estado e, igualmente, está al corriente del cumplimiento de las obligaciones con la Seguridad Social, impuestas por las disposiciones vigentes, no habiendo causado baja en la matrícula del impuesto sobre Actividades Económicas.
- 4.- Que la Sociedad se encuentra al corriente de las obligaciones económicas con PROMÁLAGA.
- 5.- Que se compromete al cumplimiento de los Convenios Colectivos que sean de aplicación con respecto al personal que tenga contratado. Así mismo, el adjudicatario se compromete a retribuir adecuadamente a todo el personal que preste los servicios ofertados, sin que pueda abonar a los profesionales un salario por debajo de la tabla salarial vigente y actualizada del Convenio que le sea de aplicación. En el caso de que resultase de aplicación, se velará especialmente por el cumplimiento del XIV Convenio Colectivo General de Centros y Servicios de Atención a Personas con Discapacidad.
- 6.- (Caso de licitar agrupada en unión temporal) De resultar adjudicataria del contrato, se constituirá formalmente en unión temporal con la/s empresa/s _____, CIF nº _____, siendo la participación de cada una de ellas del _____% y el representante de dicha unión temporal D./Dña. _____, apoderado de la entidad _____.

Asimismo, declara que conoce y acepta lo dispuesto en las disposiciones de las presentes Bases. Declara que toda la documentación presentada al procedimiento es fiel a la realidad.

También manifiesta que en relación con la subcontratación mi obligación, en caso de resultar adjudicatario, de abonar a los subcontratistas o suministradores el precio pactado en los plazos y condiciones que se indican en el artículo 216 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos Sector Público. Asimismo, se obliga a cumplir con lo dispuesto en el artículo 217. Comprobación de los pagos a los subcontratistas o suministradores a solicitud de PROMÁLAGA. Asimismo, se compromete a la estricta observancia de las disposiciones vigentes con respecto al personal que emplee en la ejecución del contrato, especialmente en materia de legislación laboral, de Seguridad Social, de Prevención de Riesgos Laborales y de Protección de Datos.

Y para que así conste a efectos de lo dispuesto en el artículo 140 de la citada LCSP, expido y firmo la presente declaración.

En _____ a ____ de _____ de 2022.

Fdo. _____

Inscrita en el Registro de Málaga, Tomo 898, Libro 708, Sección 3ª, Folio 162, Hoja 9040-A, Inscripción 1ª CIF A29233681





**ANEXO II: DECLARACIÓN SOBRE AUSENCIA DE CONFLICTO DE INTERESES DEL LICITADOR-
ADJUDICATARIO Y EMPRESAS VINCULADAS**

D./D^a _____, con D.N.I./NIE núm. _____,
en nombre propio o en representación de la Empresa
_____ con CIF nº _____ al objeto de
participar en el concurso Marca Málaga con nº exp. L03 2022,

DECLARA BAJO SU RESPONSABILIDAD QUE:

- 1.- No ha sido condenado, estando pendiente de cumplir la condena, mediante sentencia firme, con fuerza de cosa juzgada por cualquier delito que afecte a su ética profesional.
- 2.- No ha cometido una falta profesional grave probada por cualquier medio que pueda ser alegada por cualesquiera partes interesadas, estando pendiente de cumplir la sanción.
- 3.- No ha sido condenado, estando pendiente de cumplir la condena, mediante sentencia firme, con fuerza de cosa juzgada, por fraude, corrupción, participación en una organización criminal, blanqueo de capitales o cualquier otra actividad ilegal que suponga un perjuicio para los intereses financieros públicos.
- 4.- No ha sido objeto de una sanción administrativa, estando pendiente de su cumplimiento, por haber incurrido en falsas declaraciones al facilitar la información exigida por las autoridades competentes, o por no haber facilitado dicha información.

DECLARA que las personas físicas con poder de representación, de toma de decisiones o de control sobre la entidad NO se encuentran en los casos mencionados en el apartado anterior.

DECLARA QUE:

1.- No está afectado por ningún conflicto de intereses en relación con la tramitación del concurso ni con el Jurado, entendiéndose que el conflicto de intereses podría plantearse en particular como consecuencia de intereses compartidos de naturaleza económica, o por vínculos familiares en línea recta ascendente y descendente, cualquiera que sea el grado, o en línea colateral hasta el tercer grado, alcanzando a los parientes por consanguinidad y afinidad y a los derivados de relaciones afectivas similares, y conforme se recoge en el art. 64 de la LCPS;

2.- Informará a Promálaga, sin demora, de cualquier situación que constituya conflicto de intereses o pudiera dar lugar a tal conflicto;

3.- No ha concedido ni concederá, no ha buscado ni buscará, no ha intentado ni intentará obtener, y no ha aceptado ni aceptará ningún tipo de ventaja, financiera o en especie, en favor de nadie ni por parte de nadie, cuando tal ventaja constituya una práctica ilegal o implique corrupción o fraude, directa o indirectamente, por ser un incentivo o una recompensa derivados de su participación directa o indirecta en la adjudicación de un contrato;

4.- Ha suministrado información exacta, veraz y completa a Promálaga en el marco de la presente tramitación;

A efectos de lo previsto en el artículo 149.3 de la LCSP, en relación con la declaración concerniente de concurrir a esta licitación empresas vinculadas por encontrarse en alguno de los supuestos previstos en el artículo 42 del Código de Comercio, manifiesta (marca con X lo que proceda):





- € No encontrarse vinculada con ninguna empresa.
- € Ser empresa vinculada, por encontrarse en alguno de los supuestos previstos en el artículo 42 del Código de Comercio, presentándose a la licitación las siguientes empresas:
_____.
- € Ser empresa vinculada, por encontrarse en alguno en los supuestos previstos en el artículo 42 el Código de Comercio, no presentándose a esta licitación ninguna de las empresas con las que existe dicha vinculación.

RECONOCE que la entidad podrá ser objeto de sanciones administrativas y financieras si se demostrara que las declaraciones o la información facilitadas son falsas.

En _____ a _____ de _____ de 2022.

Fdo. _____

Inscrita en el Registro de Málaga, Tomo 898, Libro 708, Sección 3ª, Folio 162, Hoja 9040-A, Inscripción 1ª CIF A29233681





ANEXO III: DECLARACIÓN SOBRE EXPERIENCIA PREVIA (SOLVENCIA TÉCNICA)

D. /Dª _____, con D.N.I./NIE núm. _____, en nombre propio o en representación de la Empresa _____ al objeto de participar en el concurso Marca Málaga con nº exp. L03 2022,

DECLARA BAJO SU RESPONSABILIDAD:

Que la relación enumerativa de los principales y más destacados servicios de diseño, conceptualización y construcción de la marca en los últimos años son:

Table with 3 columns: Empresa/institución donde se prestó el servicio, Objeto del contrato (descripción), and Importe por año (sin IVA). It contains four sections for the years 2018, 2019, 2020, and 2021, each with a 'Total facturado en servicios similares en el año' row and several empty rows for data entry.

En _____, a ___ de _____ de 2022

Fdo.: _____

Inscrita en el Registro de Málaga, Tomo 898, Libro 708, Sección 3ª, Folio 162, Hoja 9040-A, Inscripción 1ª CIF A29233681



ANEXO IV: DECLARACIÓN SOBRE DESARROLLO DE MARCAS

D./Dª _____, con D.N.I./NIE núm. _____, en nombre propio o en representación de la Empresa _____ al objeto de participar en el concurso Marca Málaga con nº exp. L03 2022,

DECLARA BAJO SU RESPONSABILIDAD:

Que la relación enumerativa de todos los trabajos de desarrollo de marcas incluyendo descripción y el destinatario público o privado, de los mismos. es:

Trabajo de desarrollo de marca (descripción)	Empresa/institución donde se prestó el servicio	Público/privado

Y que acredito estos trabajos mediante certificados expedidos o visados por el órgano competente, cuando el destinatario sea una entidad del sector público; cuando el destinatario sea un sujeto privado, mediante un certificado expedido por este o, a falta de este certificado, mediante una declaración acompañada de los documentos obrantes en mi poder que acrediten la realización de la prestación.

En _____, a ___ de _____ de 2022

Fdo.: _____



ANEXO V: DECLARACIÓN SOBRE BRANDING DE TERRITORIO

D./Dª _____, con D.N.I./NIE núm.
_____, en nombre propio o en representación de la Empresa
_____ al objeto de participar en el concurso
Marca Málaga con nº exp. L03 2022,

DECLARA BAJO SU RESPONSABILIDAD:

Que la relación enumerativa de todos los trabajos de branding de territorio
incluyendo descripción y el destinatario público o privado, de los mismos. es:

Trabajo de branding de territorio (descripción)	Marca País Ciudad o Región	Empresa/institución donde se prestó el servicio	Público/privado

Inscrita en el Registro de Málaga, Tomo 898, Libro 708, Sección 3ª, Folio 162, Hoja 9040-A, Inscripción 1ª CIF A29233681

Y que acredito estos trabajos mediante certificados expedidos o visados por el
órgano competente, cuando el destinatario sea una entidad del sector público;
cuando el destinatario sea un sujeto privado, mediante un certificado expedido por
este o, a falta de este certificado, mediante una declaración acompañada de los
documentos obrantes en mi poder que acrediten la realización de la prestación.

En _____, a ___ de _____ de 2022

Fdo.: _____

Plaza Jesús El Rico nº1 29012 Málaga

www.promalaga.es

