



**PROYECTO COMPLEJO DE DISEÑO, FABRICACIÓN,
SUMINISTRO Y MONTAJE DEL ICONO 3D DE LA
CIUDAD HISTÓRICA DE CÁCERES**

**PLIEGO DE CONDICIONES TÉCNICAS PARA LA
RESOLUCIÓN POR CONCURSO CON JURADO**

Febrero 2016

Página 1

**PROYECTO COMPLEJO DE DISEÑO, FABRICACIÓN,
SUMINISTRO Y MONTAJE DEL ICONO 3D
DE LA CIUDAD HISTÓRICA DE CÁCERES
PLIEGO DE CONDICIONES TÉCNICAS PARA
LA RESOLUCIÓN POR CONCURSO CON JURADO**

ÍNDICE

1.- ENCARGO Y OBJETO DEL PLIEGO 3
2.- ANTECEDENTES AJENOS. ANTECEDENTES PROPIOS 3
3.- DESCRIPCIÓN GENERAL DEL OBJETIVO10
4.- UBICACIÓN Y ENTORNO11
5.- CONDICIONANTES ESPECÍFICOS14
6.- PARTICIPACIÓN EN EL CONCURSO18
7.- PRESUPUESTO, CALENDARIO, PLAZOS, PROCESO DETALLADO DE RESOLUCIÓN20
8.- COMPOSICIÓN DEL JURADO21
9.- PRESENTACIÓN DE OFERTAS22
10.- CRITERIOS DE BAREMACIÓN24
11.- OTRAS CONSIDERACIONES25

PROYECTO COMPLEJO DE DISEÑO, FABRICACIÓN, SUMINISTRO Y MONTAJE DEL ICONO 3D DE LA CIUDAD HISTÓRICA DE CÁCERES

PLIEGO DE CONDICIONES TÉCNICAS PARA LA RESOLUCIÓN POR CONCURSO CON JURADO

1.- ENCARGO Y OBJETO DEL PLIEGO

Se redacta el presente pliego de condiciones de **DISEÑO, FABRICACIÓN, SUMINISTRO Y MONTAJE DEL ICONO 3D DE LA CIUDAD HISTÓRICA DE CÁCERES** por encargo del Consejo Rector del Consorcio Cáceres Ciudad Histórica, al estar incluida esta actuación en la planificación estratégica del Consorcio para el ejercicio. Los redactores son Obdulia Vélez Izquierdo y Javier Sellers Bermejo, respectivamente historiadora y director técnico, adscritos ambos al mismo.

El objeto de este pliego es la definición de las condiciones que han de regir el concurso con jurado, con el que se resolverá la selección del oferente que habrá de resultar ganador del mismo –en su caso-, esto es, de quien será seleccionado para perfeccionar el diseño con el que concurra, y posteriormente lo fabrique, lo suministre y lo monte en el lugar indicado coordinadamente por el Consorcio y el Excmo Ayuntamiento de Cáceres (criterio de ubicación que este pliego anticipa).

2.- ANTECEDENTES AJENOS. ANTECEDENTES PROPIOS.

Existe una variada colección de iconos que ornamentan y/o anuncian ciudades. Muchos anuncian que se entra o se sale de tal ciudad, o la naturaleza de ésta. La condición de ciudad o bien adscrito al patrimonio mundial de la Unesco es un buen ejemplo de ello (se puede comprobar en diversos bienes españoles,

pero también extranjeros). También la pertenencia a redes o la remembranza de eventos o aniversarios es susceptible (en general, en menor escala) de ello.

La iniciativa que va a regir este pliego se refiere a una familia concreta de aquellos iconos: los que están concebidos para convertirse en referencia fotográfica de dónde se está. Enfocados fundamentalmente para peatones, se ubican en lugares que permiten una identificación del destino a la vez que una promoción del mismo (ofrecen una visión favorable / agradable / representativa de ese espacio o ciudad).

La enorme proliferación de medios tecnológicos y de redes sociales ha creado, de forma rápida y masiva, el llamado “turismo de redes sociales”. Decir dónde y con quién se está, comentar lo bueno y lo malo. Esta moda, por sí misma, no puede considerarse como motivo suficiente para promover esta inversión (sobre todo, porque nadie sabe cómo evolucionará). Sin embargo, esta moda (frívola, si se quiere, en algunos casos) sí que puede considerarse como una derivada, un síntoma muy importante, de un hecho mucho más relevante que ninguna ciudad histórica o turística puede obviar: el cambio en los hábitos de consumo del turista. La planificación, la elección, el contraste, la adquisición, la reproducción, el disfrute y la conservación posterior de nuestras actividades turísticas, es ya prácticamente inconcebible sin que, en algún momento, usemos Internet o las redes sociales, y los medios tecnológicos como puerta para llegar a ellas. Cada vez tenemos más en cuenta la opinión y la experiencia previa de otros, más que la publicidad, para considerar visitar un destino turístico o consumir sus recursos. Este aspecto sí que es vital de considerar, y es bajo ese enfoque que se plantea la creación de este tipo de iconos.

PLASENCIA ha ubicado, no mucho tiempo ha, un elemento junto a la Puerta del Sol. Reproduce su nombre, pero el escenario posterior no es el más agraciado (no es la fotografía que uno mandaría como más bella y representativa de la ciudad en la que está).

Acero azul, elemento bastante transparente, escala adecuada para la utilización por personas, buen contraste, buen tamaño, permite buena proporción entre icono y persona (o grupo de personas). Elemento aparentemente fijo.



VITORIA también colocó, hace ya algunos años, la doble referencia de su nombre Vitoria-Gasteiz. En este caso, hay dos novedades respecto de Plasencia. Una, la ubicación, en plena Plaza de la Virgen Blanca, el corazón de su ciudad histórica, el lugar por el que – indefectiblemente – no solo se va a pasar, sino que probablemente se



iniciará la visita. La segunda novedad, el material. Un conjunto de plantas vivas, con el adecuado tratamiento de jardinería y paisajístico, rememoran la faceta de Vitoria como ciudad verde y medioambientalmente amigable (hecho no solamente cierto en términos de estadística y dotación, sino además internacionalmente reconocido con diversas distinciones y premios).

Elemento aparentemente móvil, de un tamaño y proporciones mayores que el anterior (véase el tamaño de las personas, en la foto). Cabe discernir que tiene mejor efecto fotográfico desde media distancia (el lugar de esta foto, por ejemplo), pues desde la distancia corta, ocurre que el objeto es muy grande en comparación con personas, y además que tapa casi todo el fondo (se ve poca “Vitoria” detrás del rótulo, si el fotógrafo está cerca del mismo); poco transparente, y poco interactivo, en resumen.

GIJÓN, referencia como ciudad en muchos ámbitos, lo es también en la ubicación de su elemento. Sito en pleno puerto deportivo, junto a la estatua del Rey Don Pelayo (corazón y punto de partida tanto de la vida cotidiana como de la turística, respecto del propio puerto y también del barrio histórico de Cimavilla).

Elemento donado a la ciudad, de acero macizo cortado, presenta caracteres



singulares: enseña la mejor cara de la ciudad (puerto+casco antiguo), no es móvil pero se ubica en un lugar que no precisa serlo, es muy transparente e interactuable, y reproduce una tipografía o logo que es estándar en la divulgación y promoción que la ciudad hace desde hace tiempo. Véase, sin ir más lejos, la publicidad de la ciudad en la camiseta actual del Real Sporting de

Gijón. Muchos carteles, señales y material divulgativo, reproducen este logotipo, el informal o no-institucional más utilizado de los que dispone la ciudad.

AMSTERDAM es quizás uno de los ejemplos internacionales más conocidos y representativos. El elemento, bastante más grande que los anteriores, está ubicado en un parque público en la fachada principal del Rijksmuseum. Conformado con letras de chapa de acero, permite una interacción muy grande (está permanentemente lleno de personas fotografiándose), y es prácticamente



una fotografía obligada de todo visitante a la ciudad. Además, presenta un paso más allá respecto, por ejemplo, al caso de Gijón. Si éste ha sido un logo o símbolo que después se ha reproducido físicamente en el icono,



I Amsterdam por el contrario ha generado el símbolo a partir del icono. Es más, se ha generado tal valor de marca en el concepto **I Amsterdam**, que se ha convertido en marca de productos también, pues se ve en tazas, camisetas, todo tipo de recuerdos turísticos...incluso la tarjeta integrada de visita a la ciudad reproduce el concepto. Es obvio que todas estas iniciativas refuerzan, amplían, complementan el efecto del icono, y del objetivo que pretende (que es más importante que el icono mismo). No olvidemos que el icono no debería ser un fin en si mismo, sino un medio para conseguir el verdadero fin (convertir a cada turista o visitante en divulgador de la ciudad ante futuros visitantes).

OTROS EJEMPLOS NO EQUIPARABLES.

CRISTINA presenta un ejemplo (también visible en otras ciudades) de que la sola adopción de un cartel grande no cumple, ni con mucho, los



objetivos de este tipo de iniciativas. Su icono, ubicado en una glorieta en los accesos externos de la ciudad desde la autovía, informa de la entrada a dicha ciudad, pero uno nunca se pararía a hacerse una foto allí. El dónde es tan importante como el qué.

CÁCERES.

Ha habido alguna iniciativa tendente a sugerir soluciones para algo parecido a los iconos ya vistos, y al objetivo que pretende esta iniciativa. Así, la Universidad Popular de Cáceres (autónoma del Ayuntamiento pero vinculada a él), diseñó una serie de propuestas que podrían asimilarse a algunos de los objetivos ya vistos en estos ejemplos.



Aun reconociendo el esfuerzo de la tarea de recreación fotográfica, y de que esta lista de propuestas-prototipo (hay más) ya apuntaba una serie de conceptos próximos a una buena solución definitiva, se adolecía sin embargo aún de errores; errores ya vistos con anterioridad en los ejemplos.

- Es obvia la elección de una ubicación en el centro, en algún lugar de paso obligado del turista.
- Se adivinaban ya opciones de materiales (tanto antiguos como modernos) que ofreciesen una integración con el entorno.
- Aparecía el nombre de la ciudad. En el caso del prototipo de foto de Yerba, también un perfilado parcial de la ciudad histórica, con un material que parece ser acero cortén.
- La proporción respecto del tamaño humano es razonable.
- Las ubicaciones, siendo todas en la Plaza Mayor, sin embargo no generaban imágenes bonitas detrás. Si uno se ubica junto al cartel, el trasdós de la foto es un lugar indefinido, no identificable (en el caso de Bujaco o la Yerba y los locales de la asociación de guías, incluso feo). Para poder conseguirse una escena válida (identificable, amplia, bonita), había que separarse mucho del cartel, con lo que una de dos: o las personas estaban junto al fotógrafo (y entonces el cartel queda pequeño) o las personas están al lado del cartel en una foto lejana (que es lo menos probable, al impedir este tipo de fotos que se reconozca a la persona, lo cual es un defecto que la generalidad de los usuarios – incluso fotógrafos no avezados- va evitando ya cada vez más).

3.- DESCRIPCIÓN GENERAL DEL OBJETIVO

El análisis realizado a los ejemplos e iniciativas anteriores, prácticamente ha delimitado cuáles han de ser los objetivos que ha de afrontar el icono objeto de esta iniciativa; cuáles los aspectos que las propuestas de cada oferente deben tender a conseguir y resolver; y cuáles los aspectos a evitar:

Un icono bien ubicado, bien integrado (en materiales y en diseño), atractivo, novedoso a ser posible, bien proporcionado tanto respecto de la escala humana como del espacio en que se ubique, que permita la interactividad, que

no condicione o hipoteque de forma inaceptable el uso en su emplazamiento. Un icono que genere una buena fotografía, que invite a otros a venir a ver la ciudad o a reenviar la foto.

Como se avanzó en la introducción, el objetivo de esta iniciativa es convocar el concurso para seleccionar ese diseño (salvo que la selección quedase desierta), para ajustarlo o perfeccionar el mismo, para fabricarlo, para suministrarlo y montarlo en el emplazamiento finalmente adoptado.

4.- UBICACIÓN Y ENTORNO

Una vez analizadas las bondades de los ejemplos (y también los errores de otros), la ubicación del icono será algún punto de la Plaza Mayor de Cáceres. Lugar natural de entrada a la ciudad histórica, presenta alzados y escenarios urbanos suficientes, algunos de los más reconocibles o más fácilmente promocionables para que las fotos que se hagan y circulen por medios y redes, presenten un reclamo bonito de la ciudad, una invitación a venir, además obviamente de un recuerdo positivo para quien realizó o recibió la fotografía. Se adjuntan algunas fotos del escenario general de la Plaza Mayor y las sugerencias de ubicación. La más próxima a Arco de la Estrella plantea, lógicamente, unas perspectivas distintas, más cortas y cerradas, mientras que el resto permiten una panorámica mayor.







5.- CONDICIONANTES ESPECÍFICOS

Una explicación más pormenorizada del punto 3, y desarrollo o consecuencia del punto 4, será el guión técnico-funcional de los requisitos que debe cumplir cada solución propuesta a concursar.

- A. MATERIAL. La elección del material, en principio, es libre. Debe ser un material que permita una fabricación razonable, que entre en el presupuesto disponible, etc. Con todo, es una elección que viene

directamente relacionada con otros puntos de este apartado que luego se detallarán (el comportamiento antivandálico, la posibilidad de traslado temporal, el mantenimiento fácil...). Sin olvidar, como criterio fundamental, el lugar donde se ubicará, y el debido respeto e integración visual y funcional que cabrá exigir a este icono cuando esté emplazado en la antesala de un casco histórico declarado Patrimonio de la Humanidad.

- **B. ENTORNO Y TRANSPARENCIA.** El diseño deberá facilitar uno de los objetivos fundamentales de esta iniciativa: que el elemento invite (y facilite) a posar con él para tomar una fotografía bonita del Cáceres antiguo, que permita apreciar el paisaje o escenario de fondo en el lugar en que se ubique (la transparencia visual se puede conseguir con la forma o con el tamaño y proporción relativos), que permita una cierta interacción de las personas para con esa fotografía (en los ejemplos previos, se puede estar dentro o encima...).
- **C. DESPLAZAMIENTO.** Cualquiera de las ubicaciones propuestas corresponde a un espacio muy utilizado en la Plaza Mayor, con mucha actividad tanto de baja como de alta densidad de personas. En prácticamente cualquier punto de la Plaza, hay en algún momento del año un escenario, unas casetas, una plataforma, un puesto, una exposición o simplemente personas (tanto en tránsito por la Plaza como de forma estática pero masiva en ella –caso de los conciertos del Festival Womad, por ejemplo-). Es más, el servicio público y a terceros de distintos vehículos implica también que toda la Plaza deba poder ser susceptible del tránsito (siquiera puntual) de vehículos de pequeño o gran porte. Por no olvidar las procesiones de Semana Santa, algunas de las cuales discurren por trazados con muchos años de antigüedad que

no pueden ser menoscabados. Aparte del éxito social, buena parte del éxito funcional del estado actual de la Plaza Mayor se debe a las virtudes de una diafanidad casi absoluta, y la creación de este icono no puede suponer un retroceso en esta situación. De ello se infiere que, la solución que cada oferente proponga y diseñe, deberá ser susceptible de ser desplazada con una razonable facilidad. Obviamente, no será una necesidad que se plantee de manera frecuente o continua, pero cuando se plantee, deberá poder ser resoluble con medios convencionales. Para ello, el diseño contemplará algún sistema que permita el deslizamiento sobre el suelo (lo que implica, a su vez, un sistema oculto de retención habitual, pues la Plaza tiene una acusada pendiente transversal, como se ve en las fotos) ó, alternativamente, un sistema de anclajes que permitan la elevación y traslado temporal al menos dentro del propio recinto de la Plaza. Si el peso de esta opción fuese grande (no asumible con una grúa muy ligera), el diseño debería entonces contemplar en esa hipótesis la posibilidad de una modularidad del icono que permita su desplazamiento por partes de manera fácil.

- **D. UBICUIDAD.** La necesidad de resolver un desplazamiento potencial y la naturaleza en pendiente de la Plaza suponen, a su vez, un condicionante que se puede convertir en una virtud. El icono contemplará soluciones sencillas de nivelación, lo que a su vez abre la posibilidad de que –siquiera eventualmente- el icono pueda ser emplazado en otros puntos de la Plaza (en los que la altimetría de la misma será de seguro algo diferente).
- **E. MANTENIMIENTO.** El diseño del icono y la elección de sus materiales permitirán que las labores de mantenimiento y conservación derivadas de aquéllos puedan ser realizadas con facilidad. Como condicionantes de mantenimiento cabe anticipar los meteorológicos y derivados de su ubicación a la intemperie (temperaturas extremas, lluvia) así como los

derivados de un mal uso (riesgos de fragilidad o rotura) o del vandalismo (resolución de la limpieza de potenciales graffitis si se opta por materiales porosos y/o absorbentes, más difícilmente limpiables).

- F. SEGURIDAD. Por razones obvias, el icono deberá garantizar la contemplación de los problemas de seguridad que pueden preverse tanto en un uso adecuado como en uno no adecuado (incluido el vandálico): que no haya posibilidad de hundimientos, metal que pueda quemar al alcanzar altas temperaturas en verano, roturas, fracturas de material, desprendimientos, vuelco, deslizamiento no deseado, atrapamiento de extremidades o cabeza (sirvan como referencia los estándares de seguridad vigentes al respecto, por ejemplo, para los juegos infantiles, UNE-EN 1176).
- G. CONTENIDO. Como ya se indicó, el diseño del icono es libre. No obstante, hay una consideración que hacer al respecto. Se refiere a una obligatoriedad, lo que puede entenderse que limita (en parte al menos) la “libertad” del diseño. La buena y mala experiencia de los ejemplos demuestra que el icono solo alcanza su mayor capacidad divulgativa o identificativa si permite que se sepa qué ciudad se está fotografiando. Hay muchos ejemplos de esculturas, elementos, mobiliario...con esas finalidades, y que discurren por las redes sociales sin que se sepa dónde están, lo que les sustrae gran parte de su finalidad original. Por eso, la palabra Cáceres (o abreviaturas o creatividades suficientemente reconocibles a este fin, a partir de la misma) debe figurar de algún modo identificable en el elemento. No se deriva de ésto que el icono deba ser solamente algún diseño de esa palabra: el diseño –se insiste- es libre, y puede ser abstracto, o utilizar total o parcialmente logos o imágenes corporativas, incluidas las oficiales ya existentes (se pueden consultar en el apartado de imagen corporativa del sitio www.ayto-

caceres.es/ayuntamiento); pero, de alguna manera, se tiene que terminar sabiendo que es Cáceres.

- H. SERVICIOS. Si el diseño contemplase soluciones que precisen energía eléctrica o abastecimiento de agua, deberá documentarse y contemplarse la resolución de dichas acometidas a partir de la situación actual de la Plaza en el lugar en que se proponga ubicar el icono. Mención especial merece la posibilidad de que el elemento disponga de iluminación (exterior, traslucidez/transparencia, retroiluminación, iluminación interior) siendo en este caso igualmente necesario determinar si existe necesidad de aporte de energía, o se opta por algún sistema autosuficiente de captación / generación.
- I. VALOR DE MARCA. Si el icono diseñado se considera que es potencialmente susceptible de permitir el desarrollo del mismo o su aprovechamiento como marca, deberá documentarse suficientemente esta posibilidad (como ya se contempló que sucede, por ejemplo, con el elemento **I Amsterdam**).
- J. DERECHOS. El Consorcio Cáceres Ciudad Histórica, a la resolución de este concurso, dispondrá de forma automática de todos los derechos legales sobre el icono ganador. Podrá reproducirlo, evolucionarlo, comercializarlo y divulgarlo libremente (siempre con fines de promoción y divulgación de la ciudad y su marca); la adquisición de este derecho sobre el icono ganador será inmediata, gratuita, permanente y exclusiva.

6.- PARTICIPACIÓN EN EL CONCURSO

La variedad de diseños, materiales y soluciones, que rige esta convocatoria es tal, que no es imperativo (ni siquiera es práctico) preestablecer un perfil obligatorio para cada posible licitador (tanto si es único como si es licitador principal). Efectivamente, en el desarrollo y resolución de una iniciativa como

ésta, pueden participar diseñadores y/o creativos profesionales, técnicos, artistas, empresas de creatividad, empresas de producción, talleres de oficios (dependiendo del diseño y materiales, puede haber cerrajería, ebanistería, cantería, electricidad, tecnología...).

Para regular, no obstante, esta convocatoria, se establece un marco; suficientemente genérico, dado la variabilidad de potenciales diseñadores y proponentes, pero a la vez específico, para evitar la concurrencia de empresas o personas sin capacidad para culminar el desarrollo o –sobre todo, más problemático aún- de no poder producirlo y montarlo después.

Por ello, cada oferta incluirá la identificación y definición de labores de todas y cada una de las personas y empresas que participen en la propuesta y en cada uno de los pasos antedichos: diseño inicial, ajustes del diseño ganador, fabricación, suministro, montaje. No se considera imperativo sin embargo que el conjunto de participantes deba constituirse jurídicamente en unión temporal de empresa UTE, aunque sí lo es que –en la oferta- los mismos suscriban un documento-compromiso de participación conjunta en la misma, con indicación del licitador principal.

Las empresas tendrán que acreditar capacidad y experiencia suficiente para afrontar la labor parcial que en la oferta asuman (sobre todo, las vinculadas a la fabricación, suministro y montaje). Las personas como sujeto físico no precisarán hacer esto, aunque deberán documentar la identificación o pertenencia a alguna de las ramas antedichas, a saber: artistas plásticos, licenciados en bellas artes, técnicos (de la arquitectura y la ingeniería en todos sus niveles), diseñadores y creativos, y perfiles similares razonablemente equiparables a aquellos (decoradores, escenógrafos...por poner un ejemplo).

7.- PRESUPUESTO, CALENDARIO Y PLAZOS, PROCESO DETALLADO DE RESOLUCIÓN

El presupuesto disponible para el conjunto de la actuación, según figura en el plan de inversión del Consorcio 2015, asciende a la cantidad de 21.200.-€ (veintiun mil doscientos euros). Todos los conceptos e impuestos aplicables al proceso estarán incluidos en esta cifra final máxima.

El calendario que regirá el proceso del concurso es el siguiente:

- Desde el día siguiente al de la publicación y/o publicidad del mismo, en el BOP, VEINTE DIAS naturales para la presentación de ofertas ante el Consorcio Cáceres Ciudad Histórica, calle Torremochada 1, 10003 Cáceres.
- Desde la constitución del jurado del concurso, SIETE DIAS para la propuesta de resolución del mismo.
- Desde la notificación de adjudicatario/ganador del concurso, QUINCE DIAS para la documentación y formalización del contrato, y a partir de éste, DOS MESES para la producción, suministro y montaje del icono. De este plazo, en un máximo de los primeros QUINCE DIAS el oferente – si fuere necesario- habrá realizado los ajustes o modificaciones al diseño que la resolución del jurado pueda haber propuesto, sin que ello suponga aumento de dicho plazo máximo de dos meses ni, por supuesto, del presupuesto.

La publicación/publicidad del proceso se realizará en el sitio web del Consorcio (www.cacereshistorica.com), y en otros sitios web del ayuntamiento, en la prensa local o regional y, finalmente, en el BOP, momento en el que comenzará a contabilizar el primer plazo, de presentación de ofertas.

El jurado, cuya composición se define posteriormente, se constituirá y procederá a la apertura de las ofertas, al análisis de las mismas, y a la propuesta de ganador del concurso. Esta propuesta deberá ser elevada a los órganos de gobierno del Consorcio, que podrán ratificarla o no. El fruto de esta resolución final, si se produce, será una propuesta de oferente ganador, aunque este pliego contempla la posibilidad de que el jurado pueda determinar, de forma razonada, que el proceso quede desierto si ninguna de las ofertas cumple suficientemente (explicando la decisión) con las exigencias y requisitos que debe cumplir el icono al que la ciudad histórica de Cáceres puede aspirar.

El proceso de resolución puede incluir, a criterio del jurado, consultas puntuales –durante el proceso- a algún oferente del que se pueda requerir información adicional que se considere necesaria para la correcta evaluación de lo ofrecido; ello sin perjuicio de que pueda determinarse una oferta como no admisible de inicio, si no está suficientemente documentado cada uno de los aspectos y requisitos que debe solventar cada oferta, y que están descritos en el apartado 5 de este pliego.

Como ya se ha indicado, el jurado podrá emitir pequeñas consideraciones o correcciones sobre la idea ganadora, tendentes a mejorar la idea original antes de la definición de la ubicación definitiva y de la puesta en marcha de su producción y montaje. En aras de mantener el rigor del proceso y la igualdad de oportunidades respecto de las propuestas no ganadoras, estas correcciones no podrán tener nunca una naturaleza sustancial, o que desnaturalice de forma significativa el diseño original con las variantes que la oferta incluya o defina, y –si las hubiere- estas correcciones deberán estar justificadas por el jurado.

8.- COMPOSICIÓN DEL JURADO

El jurado que se constituirá para resolver este concurso estará formado por los siguientes miembros:

- El director técnico del Consorcio, que actuará en calidad de presidente del jurado.
- Un representante de la Universidad de Extremadura.
- Un representante del Colegio Oficial de Arquitectos.
- Un representante de la Comisión de Seguimiento del Plan Especial de Protección y Revitalización del Patrimonio Arquitectónico de Cáceres.
- Un representante de la Comisión Provincial de Patrimonio.
- Un representante del sector turístico local, a nivel empresarial, representativo o gestor.
- Un representante del ámbito cultural cacereño.

El Consorcio o, en su defecto, el Ayuntamiento, designarán a una persona en funciones de secretario del jurado, que actuará sin voz ni voto.

9.- PRESENTACIÓN DE OFERTAS

Las ofertas que quieran concurrir en este proceso deberán presentarse documentalmente de forma física (dos copias, siempre con respaldo de copia digital en CD/DVD o medio similar) dentro del plazo y en la sede del Consorcio. Con el fin de estandarizar en lo posible la información que se brinde de cada propuesta (dada la previsible multidisciplinariedad de oferentes), y -al mismo tiempo- de facilitar el análisis y evaluación de cada oferta en función de los criterios de baremo, la presentación se realizará en un formato dual: una memoria o dossier adecuadamente editada y encuadernada, y además (optativamente) material descriptivo o divulgativo adicional (en este caso, no son exigibles las dos copias antedichas).

a) La memoria o dossier contendrá los siguientes apartados:

- Identificativo del oferente u oferentes, según lo indicado en el apartado 6 (participación en el concurso).
- Descriptivo de la propuesta. Se podrá acompañar de la descripción del proceso de creación y su evolución o conceptos de base; incluirá los planos, gráficos, recreaciones fotográficas, dibujos, etc...que se consideren necesarios y suficientes para la percepción del diseño propuesto (información individual del mismo) y de su integración en el entorno (información del elemento respecto del lugar donde se proponga ubicar e integrar).
- Justificativo general del grado de cumplimiento de cada uno de los requisitos específicos del punto 5 (algunos se desarrollarán más en los manuales siguientes).
- Manual simplificado de producción, suministro y montaje del elemento.
- Manual simplificado de uso y sus restricciones, de mantenimiento y conservación. Según pliego 5E, 5F y relacionados. Se incluirán aquí también las condiciones de transporte y desplazamiento que se anticipan en el tercer apartado (justificativo) de la memoria para describir los puntos 5C y 5D. Si tuviese instalaciones, similar explicación respecto de las mismas. El ganador deberá elaborar un manual completo y definitivo.
- Descripción de posibles mejoras a la oferta, según lo indicado en el párrafo y artículos siguientes.
- Oferta económica. Aunque el procedimiento implica una única adjudicación y facturación, la oferta indicará tres cuantías:
 - El importe de los honorarios del diseño propuesto, y del ulterior desarrollo/ajuste del mismo. Su cuantía no podrá superar el 25% del importe total de cada oferta.

- El importe del coste de fabricación, suministro y montaje (desglosado y agrupado). Junto con el punto anterior, constituyen conjuntamente la oferta económica de cada oferente.
- Una tercera consignación, opcional, no obligatoria (pero sí baremable) para la propuesta desglosada y materialización de mejoras. Estas mejoras son abonables, y formarían parte de la oferta económica en la medida en que fuesen total o parcialmente aceptadas por el jurado. Su naturaleza se sugiere en el apartado de baremación del concurso.

b) Material descriptivo o divulgativo adicional. A libre elección de cada oferente, se podrá presentar material adicional que se considere que aclara, amplía o enriquece la definición de la solución propuesta. Podrá incluir la repetición mejorada de información ya expuesta en el dossier, o información nueva. No obstante, toda la información relevante para la descripción y entendimiento de lo ofrecido deberá venir siempre editada al menos en la memoria. En este apartado se pueden incluir paneles, soportes ligeros, impresiones en cualquier formato, incluso pequeñas maquetas y/o reproducciones del elemento.

Cada oferente podrá presentar una única oferta, un único conjunto de diseño/propuesta. Se acepta, no obstante, como parte de un diseño único en un concurso, la inclusión de pequeñas variantes no relevantes del diseño; igualmente, se aceptan como variantes de una oferta única las opciones o alternativas de materiales que se realicen en aras de la integración en el entorno (evitando la oferta general de una cartera de materiales o soluciones) y las de posibles instalaciones que no se consideren fijas del diseño (iluminación, por ejemplo, si fuese el caso).

10.- CRITERIOS DE BAREMACIÓN

Si bien el procedimiento se resuelve mediante concurso con jurado, no siendo imperativa -de acuerdo con la legislación vigente- la determinación de criterios objetivos de baremación, sin embargo, en aras a la mayor objetividad y transparencia del proceso, se establecen aquí los criterios base y proporciones estándares que regirán la opinión del jurado para evaluar y proponer.

Sobre una base de baremación de 100 puntos, (eso sí, con los mecanismos de cálculo y criterios de máximos y mínimos que el propio jurado determine), se establecen tres grupos de puntuación:

- Hasta 45 puntos en función de la calidad general de la oferta, de su singularidad, de su valor. Ello, tanto en lo relativo al diseño como a los materiales, la fabricación y la ubicación.
- Hasta 45 puntos en función del grado de cumplimiento de los requisitos básicos determinados en el apartado 5. En ellos se incluyen determinaciones que son de obligado cumplimiento, pero lo pueden ser en grado muy diverso, grado que se pondera específicamente aquí.
- Hasta 10 puntos en función de las mejoras propuestas que el jurado considere aceptables. En orden a dar referencia sobre las preferencias de dichas mejoras, cabría considerar: el desarrollo de un manual de marca o imagen, la producción y suministro de algunos elementos derivados del anterior, la ejecución y suministro de prototipos o de copias de pequeño tamaño del elemento (para uso protocolario, por ejemplo).

11.- OTRAS CONSIDERACIONES

Los interesados en completar la información relativa a esta iniciativa, podrán hacerlo solicitándolo a través del teléfono del Consorcio, 927 217 528, o del correo electrónico javier.sellers@ayto-caceres.es.

Cáceres, Febrero de 2016

Fdo. Abdulía Vélez Izquierdo

Fdo. Javier Sellers Bermejo