

Área:

Documento:

03818I04SP

Unidad:

Expediente:

038 - Contratación y compras

038/2024/184

Fecha y hora:

16-10-2024 14:03

Código de Verificación:



6Y163G0C71323E6X06X3

Ref.: PZAR

DECRETO

Visto el expediente 50/2024, para la contratación del servicio para el diseño y ejecución de una campaña de marketing 360º en Londres, en el marco del Plan Turístico de Grandes Ciudades de Huelva (PTGC DE HUELVA), y apertura de los trámites para su adjudicación, por procedimiento abierto simplificado y varios criterios de adjudicación, en la forma y condiciones establecidas en el pliego de prescripciones técnicas redactado por el Jefe de Negociado de Turismo del Excmo. Ayuntamiento de Huelva, D Manuel Vela Cruz y en el pliego de cláusulas administrativas particulares elaborado por el Técnico Economista, D. Rafael A. Anillo Rodríguez y conformado por la Jefa de Sección del Departamento de Contratación y Compras, Dª Begoña González Pérez de León, siendo el presupuesto máximo de licitación de 45.454,54 euros más IVA de 9.545,45 euros, sumando un importe total de 55.000 euros, aprobado por Decreto de la Concejala Delegada de Régimen Interior, Recursos Humanos y Modernización Digital de fecha 3 de junio de 2024.

Resultando que con fecha 10 de junio de 2024 se publica anuncio de licitación electrónica en el Perfil del Contratante del Ayuntamiento de Huelva, alojado en la Plataforma de Contratación del Estado y dentro del plazo otorgado han presentado oferta las siguientes empresas:

NIF: A14702831 Azahara de Comunicaciones S.A. Fecha de presentación: 28 de junio de 2024 a las 13:10:15.

NIF: B87255071 Círculo de Comunicación SL Fecha de presentación: 27 de junio de 2024 a las 19:58:08.

NIF: B84584705 IRISMEDIA AGENCIA DE MEDIOS S.L. Fecha de presentación: 25 de junio de 2024 a las 12:38:42.

NIF: B87234555 Mediatalent S.L. Fecha de presentación: 28 de junio de 2024 a las 14:33:39.

NIF: B01907211 PLANNING STRATEGY AND GROWTH SK Fecha de presentación: 25 de junio de 2024 a las 13:46:25.

NIF: B42799353 We are Medianuts SL Fecha de presentación: 25 de junio de 2024 a las 14:25:45.

Resultando que con fecha 4 de julio de 2024, reunida la Mesa de Contratación, procede a la apertura del sobre Uno, de documentación administrativa y criterios basados en juicio de valor con el siguiente contenido:

NIF: A14702831 Azahara de Comunicaciones S.A

- Declaración responsable Anexo I del PCA.

- Autorizaciones para efectuar notificaciones: info@azaharacomunicacion.com y para consulta de datos en el Registro Oficial de Licitadores del Estado, Tesorería General de la Seguridad Social, Agencia Estatal de Administración Tributaria, Servicio de Verificación de datos de identidad y Caja General de Depósitos.
- Certificados positivos de la AEAT, Hacienda Autonómica, y TGSS.
- Rolece
- No declaración confidencialidad.
- Solvencia técnica: Relación principales servicios en los últimos años.
- Modelo 390 Declaración anual de IVA.
- Adscripción de medios.
- Memoria.

NIF: B87255071 Círculo de Comunicación, S.L.

- Declaración responsable Anexo I del PCA.
- Autorizaciones para efectuar notificaciones: mrodrigo@circulodecomunicacion.com y para consulta de datos en el Registro Oficial de Licitadores del Estado, Tesorería General de la Seguridad Social, Agencia Estatal de Administración Tributaria, Servicio de Verificación de datos de identidad y Caja General de Depósitos.
- Certificados positivos de la AEAT, Hacienda Autonómica, y TGSS.
- Rolece
- No declaración confidencialidad.
- Memoria.

NIF: B84584705 IRISMEDIA AGENCIA DE MEDIOS S.L.

- Declaración responsable Anexo I del PCA.
- Autorizaciones para efectuar notificaciones: info@irismedia.es y para consulta de datos en el Registro Oficial de Licitadores del Estado, Tesorería General de la Seguridad Social, Agencia Estatal de Administración Tributaria, Servicio de Verificación de datos de identidad y Caja General de Depósitos.
- Certificados positivos de la AEAT, Hacienda Autonómica, y TGSS.
- Rolece
- No declaración confidencialidad.
- Adscripción de medios.
- Declaración cumplimiento solvencias.
- Memoria.

NIF: B87234555 Mediatalent S.L.

- Declaración responsable Anexo I del PCA.

Área:

Documento:

03818I04SP

Unidad:

Expediente:

038 - Contratación y compras

038/2024/184

Fecha y hora:

16-10-2024 14:03

Código de Verificación:



6Y163G0C71323E6X06X3

- Autorizaciones para efectuar notificaciones: oscar.rojas@mediatalent.es y para consulta de datos en el Registro Oficial de Licitadores del Estado, Tesorería General de la Seguridad Social, Agencia Estatal de Administración Tributaria, Servicio de Verificación de datos de identidad y Caja General de Depósitos.

- Certificados positivos de la AEAT, Hacienda Autonómica, y TGSS.

- Rolece

- Declaración confidencialidad.

- Memoria.

NIF: B01907211 Planning Strategy And Growth SK

- Declaración responsable Anexo I del PCA.

- Autorizaciones para efectuar notificaciones: licitaciones@performanze.io y para consulta de datos en el Registro Oficial de Licitadores del Estado, Tesorería General de la Seguridad Social, Agencia Estatal de Administración Tributaria, Servicio de Verificación de datos de identidad y Caja General de Depósitos.

- Certificados positivos de la AEAT, Hacienda Autonómica, y TGSS.

- Rolece

- No declaración confidencialidad.

- Memoria.

NIF: B42799353 We are Medianuts SL

- Declaración responsable Anexo I del PCA apoyándose en solvencia externa.

- Autorizaciones para efectuar notificaciones: info@wearemedianuts.com y para consulta de datos en el Registro Oficial de Licitadores del Estado, Tesorería General de la Seguridad Social, Agencia Estatal de Administración Tributaria, Servicio de Verificación de datos de identidad y Caja General de Depósitos.

- Certificados positivos de la AEAT, Hacienda Autonómica, y TGSS.

- Rolece

- Cuentas año 2022 presentadas en registro.
- Declaración confidencialidad.
- Memoria.

A continuación, la Mesa de Contratación acuerda por unanimidad admitir a los licitadores Azahara de Comunicaciones S.A, Círculo de Comunicación SL., Irismedia Agencia de Medios S.L., Mediatalent S.L. y Planning Strategy And Growth Sk, dado que cumplen los requisitos previos y admitir provisionalmente a la empresa We are Medianuts SL, para las subsanación de la declaración responsable y remitir el contenido del sobre al técnico para que emita informe de valoración.

Visto que la empresa We are Medianuts, S.L. ha presentado la documentación requerida para la subsanación de la declaración responsable dentro del plazo otorgado.

Visto el informe de valoración de criterios basados en juicio de valor emitido por el Jefe de Negociado, D. Manuel Vela Cruz, en el siguiente sentido:

“INFORME DE VALORACIÓN DE LOS CRITERIOS DE LAS OFERTAS PRESENTADAS A LA LICITACIÓN DEL CONTRATO POR TRAMITACIÓN ORDINARIA, PROCEDIMIENTO ABIERTO SIMPLIFICADO Y VARIOS CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN, DEL SERVICIO PARA EL DISEÑO Y EJECUCIÓN DE UNA CAMPAÑA DE MARKETING 360º EN LONDRES EN EL MARCO DEL PLAN TURÍSTICO DE GRANDES CIUDADES DE HUELVA (EXPTE. Nº 40/2024).

1. OBJETO

El presente informe se redacta a solicitud de la Mesa de Contratación con relación al Expediente nº 50/2024 para la contratación del **SERVICIO PARA EL DISEÑO Y EJECUCIÓN DE UNA CAMPAÑA DE MARKETING 360º EN LONDRES** en el marco del Plan Turístico de Grandes Ciudades de Huelva.

2. IDENTIFICACIÓN DE EMPRESAS

Las empresas presentadas a la licitación son:

EMPRESA	CIF
AZAHARA COMUNICACIONES S.A	A14702831
PLANNING STRATEGY AND GROWTH SL	B01907211
WE ARE MEDIANUTS S.L.	B42799353
IRISMEDIA AGENCIA DE MEDIOS SL	B84584705
MEDIATALENT S.L.	B87234555
A CIRCULO DE COMUNICACIÓN S.L.	A B- 872550 71

3. VALORACIÓN

CRITERIO DE ADJUDICACIÓN CUALITATIVOS EVALUABLES MEDIANTE JUICIO DE VALOR (MÁXIMO DE 25 PUNTOS).

A) Calidad de la propuesta de contenidos y metodología (hasta un máximo de 25 puntos):

Para la valoración de este epígrafe se han tenido en cuenta los siguientes aspectos:

1. Metodología de trabajo.
2. Descripción del objeto.
3. Alcance de los trabajos.
4. Cronograma.
5. Organización de medios materiales y humanos.
6. Calidad de la campaña de comunicación.

Área:

Documento:

03818I04SP

Unidad:

Expediente:

038 - Contratación y compras

038/2024/184

Fecha y hora:

16-10-2024 14:03

Código de Verificación:



6Y163G0C71323E6X06X3

7. Coordinación con el Ayuntamiento de Huelva.

Propuesta de la empresa AZAHARA COMUNICACIONES S.A.

La propuesta, desde un punto de vista metodológico, se presenta en dos grandes bloques: presentación y metodología de trabajo, ocupando este último epígrafe el grueso de esta lo que facilita su lectura y aplicación de una forma efectiva. El alcance de cada una de las acciones abarca los siguientes segmentos: revistas de viajes, blogs de turismo, redes sociales y publicidad en exteriores por lo que los segmentos de actuación son amplios y variados perfectamente adaptado a lo solicitado en el Pliego. La planificación es también altamente satisfactoria con una fase inicial de planificación de la estrategia con el Ayuntamiento, una fase de desarrollo que permitirá la creación de contenidos y finalmente, una fase de ejecución para publicación y monitoreo de la campaña. Por tanto, el cronograma es realista y efectivo aplicándose también un equipo profesional adecuado a las actuaciones previstas. Destacamos la campaña con influencers y bloggers de viaje, así como importantes revistas de viaje altamente especializadas en el mercado británico. En esta línea es de enorme interés la propuesta de publicidad exterior que abarca medio de transporte de alto impacto. Teniendo en cuenta los epígrafes anteriores, la propuesta se realiza de forma "Muy Satisfactoria" ya que la propuesta se presenta de forma correcta, ordenada y con un muy alto grado de detalle en la mayoría de los aspectos relevantes de los requerimientos establecidos. La puntuación obtenida es de 25 puntos.

Propuesta de la empresa PLANNING STRATEGY AND GROWTH S.L.

La propuesta se estructura en dos grandes epígrafes: identificación de la oferta y propuesta de metodología. El segundo apartado abarca una descripción del objeto con actuaciones en revista de viajes, blog, redes sociales y publicidad en exteriores. Los trabajos propuestos alcanzan el análisis del mercado, el diseño de la estrategia de comunicación, el desarrollo de los contenidos, las actividades de la campaña y una evaluación final. Nos parece interesante el análisis del perfil del público objetivo residente el Londres que permitirá identificar qué segmento del mercado londinense es más propenso para viajar a Huelva. De gran interés también es la estrategia de comunicación identificándose el mensaje clave y el tono de la comunicación como elementos de relevancia. Se echa en falta un mayor desarrollo de los contenidos en el epígrafe 2.4.3 de la propuesta. El cronograma se adapta a lo solicitado, así como el equipo humano. Encontramos que la campaña de comunicación se entra en exceso en promocionar los recursos turísticos de la provincia de Huelva, aspecto este que se escapa a la competencia del Ayuntamiento de Huelva pese a que es evidente será necesario contextualizar las actuaciones en el territorio provincial. Teniendo en cuenta los epígrafes anteriores, la propuesta se realiza de forma "Muy Satisfactoria" ya que la propuesta se presenta de forma correcta, ordenada y con un muy alto grado de detalle en la mayoría de los aspectos relevantes de los requerimientos establecidos. La puntuación obtenida es de 25 puntos.

Propuesta de la empresa WE ARE MEDIANUTS S.L.

La propuesta se distribuye en dos epígrafes: introducción y metodología. El alcance se adapta a lo solicitado en el Pliego con actuaciones en revistas de viaje, blog, redes sociales y publicidad en exteriores. Es de gran interés la propuesta de combinación de distintos medios y soportes en un mismo período de tiempo, además, los medios presentados en la misma con muy concretos y de alto impacto, destacando el alcance sobre el público objetivo londinense. En general, se echa en falta un mayor espectro y alcance de la publicidad exterior, así como una mayor explicación de los medios disponibles. Teniendo en cuenta los epígrafes anteriores, la propuesta se realiza de forma "Satisfactoria" ya que la propuesta se presenta de forma correcta, ordenada y con un alto detalle en la mayoría de los aspectos relevantes de los requerimientos establecidos. La puntuación obtenida es de 19 puntos.

Propuesta de la empresa IRIS MEDIA AGENCIA DE MEDIOS S.L.

La propuesta se divide en cinco grandes epígrafes: introducción, análisis del target y mix de medios, planteamiento estratégico de la campaña, organización de medios materiales y humanos, metodología y procesos de trabajo y cronograma de campaña. En primer lugar, destacamos el análisis del target inglés definido por su uso de los recursos on line y las noticias entre otros aspectos. La oferta presentada es poco amplia puesto que existen otros recursos disponibles a este nivel que hubieran hecho que la propuesta fuera más diversa en cuanto a número y alcance de revista de viajes, blogs, redes sociales y publicidad en exteriores. Especialmente escasos nos parecen los soportes exteriores reducidos a un bajo número de publicidad en taxis. Teniendo en cuenta los epígrafes anteriores, la propuesta se realiza de forma "Satisfactoria" ya que la propuesta se presenta de forma correcta, ordenada y con un alto detalle en la mayoría de los aspectos relevantes de los requerimientos establecidos. La puntuación obtenida es de 19 puntos.

Propuesta de la empresa MEDIATALENT S.L.

La proposición se estructura en los siguientes apartados: puntos de partida y tendencias de medios en el mercado británico, objetivo de campaña y objetivos de medios, público objetivo, cobertura y estacionalidad, mix de medios y calendario. Si bien el planteamiento general y el punto de partida se encuentran alineados con los propuesto en el Pliego, nos parece excesivamente general lo definido en la propuesta en cuanto al objetivo de la campaña, el público objetivo al mencionarse de modo muy generalizado personas del Reino Unido interesados en viajar, así como lo comentado en el epígrafe de cobertura y estacionalidad. El proceso de trabajo planteado sigue la línea de lo planteado en las anteriores propuestas, así como el mix de medios, proponiéndose dos medios por cada línea de trabajo (revistas, blogs y soportes exteriores) y un influencer. Teniendo en cuenta los epígrafes anteriores, la propuesta se realiza de forma "Satisfactoria" ya que la propuesta se presenta de forma correcta, ordenada y con un alto detalle en la mayoría de los aspectos relevantes de los requerimientos establecidos. La puntuación obtenida es de 19 puntos.

Propuesta de la empresa CÍRCULO DE COMUNICACIÓN S.L.

La propuesta está dividida en: introducción (incluye metodología), equipo de trabajo, diseño y desarrollo de la campaña y cronograma. Nos centraremos en destacar el análisis realizado de las actuaciones incluidas en la campaña. La publicidad en exteriores se encuentra perfectamente definida incluyendo con precisión la cobertura, frecuencia y característica de los distintos soportes ya que se apuntan también las especificaciones técnicas de estos. Asimismo, el cronograma está ajustado de manera precisa. Las publicaciones en blogs pudieran haberse definido con mayor precisión. Por el contrario, el contenido de las publicaciones adolece de una excesiva dependencia de los recursos turístico provinciales lo que resta impacto a la capital onubense. Teniendo en cuenta los epígrafes anteriores, la propuesta se realiza de forma "Satisfactoria" ya que la propuesta se presenta de forma correcta, ordenada y con un alto detalle en la mayoría de los aspectos relevantes de los requerimientos establecidos. La puntuación obtenida es de 19 puntos.

RESUMEN DE PUNTUACIÓN SEGÚN CRITERIOS DE VALORACIÓN JUICIOS DE VALOR

CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN	LICITADOR	PUNTOS
Calidad de la propuesta de contenidos y metodología (hasta un máximo de 25 puntos)	AZAHARA COMUNICACIONES S.A	25 PUNTOS

Área:

Documento:

Unidad:

Expediente:

038 - Contratación y compras

038/2024/184

Fecha y hora:

16-10-2024 14:03

Código de Verificación:



6Y163G0C71323E6X06X3

	PLANNING STRATEGY AND GROWTH SL	25 PUNTOS
	WE ARE MEDIANUTS S.L.	19 PUNTOS
	IRISMEDIA AGENCIA DE MEDIOS SL	19 PUNTOS
	MEDIATALENT S.L.	19 PUNTOS
	CIRCULO DE COMUNICACIÓN S.L.	19 PUNTOS

EMPRESA	Puntuación Juicio de valor
AZAHARA COMUNICACIONES, S.A	25 PUNTOS
PLANNING STRATEGY AND GROWTH SL	25 PUNTOS
WE ARE MEDIANUTS S.L.	19 PUNTOS
IRISMEDIA AGENCIA DE MEDIOS SL	19 PUNTOS
MEDIATALENT S.L.	19 PUNTOS
CIRCULO DE COMUNICACIÓN S.L.	19 PUNTOS

Se da traslado a la Mesa de Contratación para que el órgano competente actúe de acuerdo con lo establecido en la Ley de Contratos del Sector Público."

Resultando que, reunida la Mesa de Contratación, con fecha 18 de julio de 2024, acuerda por unanimidad asumir el informe de valoración de criterios basados en juicios de valor antes transcrito y procede a la apertura del sobre Dos, de criterios evaluables automáticamente de las empresas presentadas y admitidas a licitación con el siguiente contenido:

NIF: A14702831 Azahara de Comunicaciones S.A.

- Oferta Económica: presupuesto máximo de 44.090,00 € más I.V.A. de 9.258,90 €, sumando un importe total de 53.348,90 €.

NIF: B87255071 Círculo de Comunicación S.L.

- Oferta Económica: presupuesto máximo de 31.816,00 € más I.V.A. de 6.681,36 €, sumando un importe total de 38.497,36 €.

NIF: B84584705 IRISMEDIA AGENCIA DE MEDIOS S.L.

- Oferta Económica: presupuesto máximo de 40.454,55 € más I.V.A. de 8.495,45 €, sumando un importe total de 48.950,00 €.

NIF: B87234555 Mediatalent S.L.

- Oferta Económica: presupuesto máximo de 32.454,55 € más I.V.A. de 6.815,45 €, sumando un importe total de 39.270,00 €.

NIF: B01907211 PLANNING STRATEGY AND GROWTH SK

- Oferta Económica: presupuesto máximo de 43.100,00 € más I.V.A. de 9.051,00 €, sumando un importe total de 52.151,00 €.

NIF: B42799353 We are Medianuts SL

- Oferta Económica: presupuesto máximo de 43.400,00 € más I.V.A. de 9.114,00 €, sumando un importe total de 52.514,00 €.

A continuación, la Mesa de Contratación acuerda, por unanimidad, remitir el contenido del sobre Dos, de criterios evaluables automáticamente, al Jefe de Negociado de Turismo, Comercio, Salud y Consumo, D. Manuel Vela Cruz, para que emita informe de valoración y adecuación a los pliegos y en su caso propuesta de adjudicación, el cual lo emite con fecha 23 de julio de 2024 señalándose en el mismo que las ofertas presentadas por las empresas Mediatalent, S.L. y Círculo de Comunicación, S.L. pueden ser consideradas desproporcionadas o anormales en los términos previstos en la cláusula 9 del pliego de cláusulas administrativas particulares en relación con los arts. 149.2. b) de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público y 85 del R.D. 1098/2001, debiendo dichos licitadores justificar expresamente la compatibilidad de las mismas con el cumplimiento de las obligaciones recogidas en los pliegos de condiciones, y acreditar suficientemente la viabilidad de su oferta con arreglo al trámite contemplado en dicho precepto, al objeto de determinar su aceptación o rechazo.

Vistos los requerimientos realizados a las empresas Mediatalent, S.L. y Círculo de Comunicación, S.L., para la justificación de la oferta presentada.

Visto que las empresas Mediatalent, S.L. y Círculo de Comunicación, S.L., han presentado en tiempo y forma la documentación requerida.

Visto el informe de valoración de criterios objetivos y justificación de la ofertas en presunción de anormalidad emitido por el Jefe de Negociado de Turismo, Comercio, Salud y Consumo, D. Manuel Vela Cruz en el siguiente sentido:

1. OBJETO

El presente informe se redacta a solicitud de la Mesa de Contratación con relación al Expediente nº 50/2024 para la contratación del **SERVICIO PARA EL DISEÑO Y EJECUCIÓN DE UNA CAMPAÑA DE MARKETING 360º EN LONDRES** en el marco del Plan Turístico de Grandes Ciudades de Huelva.

2. IDENTIFICACIÓN DE EMPRESAS

Las empresas presentadas a la licitación son:

EMPRESA	CIF
AZAHARA COMUNICACIONES S.A	A14702831
PLANNING STRATEGY AND GROWTH SL	B01907211
WE ARE MEDIANUTS S.L.	B42799353
IRISMEDIA AGENCIA DE MEDIOS SL	B84584705
MEDIATALENT S.L.	B87234555
B CIRCULO DE COMUNICACIÓN S.L.	B-87255071

COPIA AUTÉNTICA. El documento electrónico ha sido aprobado. Este documento ha sido firmado por Concejala Delegada del Área Régimen Interior. Recursos Humanos y Modernización Digital (ELENA PACHECO GARCIA) a las 09:29 del día 18/10/2024, por Sello Secretaría a las 09:29 del día 18/10/2024. Por medio del código de verificación 6Y163G0C71323E6X06X3 podrá comprobar la validez de la firma electrónica de los documentos firmados en la Sede Electrónica del Ayuntamiento de Huelva (https://sede.huelva.es/Anolada en el Libro de Resolución de Alcaldía con el núm. AYH/ALC/4775/2024 el 18/10/2024. Sello Secretaría a las 09:29 del día 18/10/2024, https://sede.huelva.es/Anolada en el Libro de Resolución de Alcaldía con el núm. AYH/ALC/4775/2024 el 18/10/2024.

Área:

Documento:

Unidad:

Expediente:

038 - Contratación y compras

038/2024/184

Fecha y hora:

16-10-2024 14:03

Código de Verificación:



6Y163G0C71323E6X06X3

3. VALORACIÓN

En primer lugar, y de conformidad con lo establecido en el artículo 149 de la LCSP, se procede a comprobar si alguna de las ofertas presentadas se encuentra incursas en presunción de anormalidad por el procedimiento establecido en 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 su artículo 85.

Por lo que se refiere al Expediente 50/2024, se considerarán, en principio y con base en lo establecido en el artículo 85 del RD 1098/2001, y Art. 149.2.b de la LCSP, desproporcionadas o temerarias las ofertas que se encuentren en los siguientes supuestos:

Cuando concurren cuatro o más empresas licitadoras, las que sean inferiores en más de 10 unidades porcentuales a la media aritmética de las ofertas presentadas. No obstante, si entre ellas existen ofertas que sean superiores a dicha media en más de 10 unidades porcentuales, se procederá al cálculo de una nueva media sólo con las ofertas que no se encuentren en el supuesto indicado. En todo caso, si el número de las restantes ofertas es inferior a tres, la nueva media se calculará sobre las tres ofertas de menor cuantía.

OFERTAS PRESENTADAS	Importe Oferta	Importe de la Baja	Porcentaje de Baja sobre precio base licitación	¿Baja Temeraria?
AZAHARA COMUNICACIONES S.A.	44.090	10.910,00	19,8364%	No es Baja Temeraria
PLANNING STRATEGY AND GROWTH SL	43.100	11.900,00	21,63%	No es Baja Temeraria
WE ARE MEDIANUTS S.L.	43.400	11.600,00	21,09%	No es Baja Temeraria
IRISMEDIA AGENCIA MEDIOS SL DE	40.454,55	14.545,45	26,44%	No es Baja Temeraria
MEDIATALENT S.L.	32.454,55	22.545,45	40,99%	Es Baja Temeraria
CIRCULO DE COMUNICACIÓN S.L.	31.816	23.184,00	42,15%	Es Baja Temeraria
Medias calculadas	39.219,18	15.780,82	32,81%	Media Ofertas incluidas
				36.956,28

Porcentaje de Baja a partir del cual se considera BAJA TEMERARIA e importe de la oferta, en valores absolutos, a partir del cual tiene esa consideración (Media Aritmética Ofertas incluidas menos 10 unidades porcentuales)	39,53%	33.260,65
---	---------------	------------------

La media aritmética de las ofertas es **39.219,18 €**, por lo que se procede a calcular las diferencias que existen entre estas con la citada media dando lugar a los siguientes resultados:

LICITADOR	DIFERENCIA CON LA MEDIA
AZAHARA COMUNICACIONES S.A.	12,42%
PLANNING STRATEGY AND GROWTH SL	9,90%
WE ARE MEDIANUTS S.L.	10,66%
IRISMEDIA AGENCIA DE MEDIOS SL	3,15%
MEDIATALENT S.L.	-17,25%
CÍRCULO DE COMUNICACIÓN S.L.	-18,88%

Se observa que la oferta presentada por Azahara Comunicaciones S.A. supera en más de 10% la media aritmética de las ofertas presentadas, por lo que, atendiendo a lo dispuesto en el punto 4 del artículo 85 del Reglamento general de la Ley de Contratos de Administraciones Públicas, se procede al cálculo de una nueva media aritmética donde no tendremos en cuenta dicha oferta.

LICITADOR	Nueva media
AZAHARA COMUNICACIONES S.A.	No
PLANNING STRATEGY AND GROWTH SL	Sí
WE ARE MEDIANUTS S.L.	Sí
IRISMEDIA AGENCIA DE MEDIOS SL	Sí
MEDIATALENT S.L.	Sí
CÍRCULO DE COMUNICACIÓN S.L.	Sí

La nueva media aritmética de las ofertas de los 5 licitadores restantes es **38.245,02 €**. **La media aritmética menos el 10% es 34.420,52 €** por lo que toda oferta que se encuentre bajo este umbral será considerada baja temeraria.

OFERTAS PRESENTADAS	Importe Oferta	Porcentaje de baja nueva media
AZAHARA COMUNICACIONES S.A.	44.090	15,28%
PLANNING STRATEGY AND GROWTH SL	43.100	12,69%
WE ARE MEDIANUTS S.L.	43.400	13,48%
IRISMEDIA AGENCIA DE MEDIOS SL	40.454,55	5,78%

Área:

Documento:

03818I04SP

Unidad:

Expediente:

038 - Contratación y compras

038/2024/184

Fecha y hora:

16-10-2024 14:03

Código de Verificación:



6Y163G0C71323E6X06X3

MEDIATALENT S.L.	32.454,55	-15,14%
CIRCULO DE COMUNICACIÓN S.L.	31.816	-16,81%

Se observa que las ofertas presentadas por **MEDIATALENT S.L.** y **CÍRCULO DE COMUNICACIÓN S.L.** superan en más de diez puntos porcentuales la media de las ofertas (**38.245,02 €**) por lo que, siguiendo las indicaciones del punto 4 del artículo 85 del Real Decreto 1098/2001, de 12 de octubre, por el que se aprueba el Reglamento general de la Ley de Contratos de las Administraciones Pública, se procede a calcular una nueva media sólo con las ofertas que no se encuentren en el supuesto indicado.

Por tanto, las ofertas de los licitadores MEDIATALENT S.L. y CÍRCULO DE COMUNICACIÓN S.L. son inferiores en más de 10 unidades porcentuales a la media aritmética de las ofertas computables.

De la aplicación del procedimiento de cálculo establecido en dicho artículo y, vistas las prescripciones establecidas en la cláusula 9ª del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares estaría incurso en presunción de anormalidad las empresas **MEDIATALENT S.L. y CÍRCULO DE COMUNICACIÓN S.L.**

Por tanto, según lo dispuesto en el mencionado artículo 149, el órgano de contratación deberá requerir al licitador o licitadores que las hubieren presentado dándoles plazo suficiente para que justifiquen y desglosen razonada y detalladamente el bajo nivel de los precios, o de costes, o cualquier otro parámetro en base al cual se haya definido la anormalidad de la oferta, mediante la presentación de aquella información y documentos que resulten pertinentes a estos efectos. La petición de información que la mesa de contratación o, en su defecto, el órgano de contratación dirija al licitador deberá formularse con claridad de manera que estos estén en condiciones de justificar plena y oportunamente **la viabilidad de la oferta.**

Concretamente, la mesa de contratación o en su defecto el órgano de contratación podrá pedir justificación a estos licitadores sobre aquellas condiciones de la oferta que sean susceptibles de determinar el bajo nivel del precio o costes de la misma y, en particular, en lo que se refiere a los siguientes valores:

- El ahorro que permita el procedimiento de fabricación, los servicios prestados o el método de construcción.
- Las soluciones técnicas adoptadas y las condiciones excepcionalmente favorables de que disponga para suministrar los productos, prestar los servicios o ejecutar las obras,
- La innovación y originalidad de las soluciones propuestas, para suministrar los productos, prestar los servicios o ejecutar las obras.
- El respeto de obligaciones que resulten aplicables en materia medioambiental, social o laboral, y de subcontratación, no siendo justificables precios por debajo de mercado o que incumplan lo establecido en el artículo 201.
- O la posible obtención de una ayuda de Estado. En el procedimiento deberá solicitarse el asesoramiento técnico del servicio correspondiente. En todo caso, los órganos de contratación rechazarán las ofertas si comprueban que son anormalmente bajas porque vulneran la normativa sobre subcontratación o no cumplen las obligaciones aplicables en materia medioambiental, social o laboral, nacional o internacional, incluyendo el

incumplimiento de los convenios colectivos sectoriales vigentes, en aplicación de lo establecido en el artículo 201. Se entenderá en todo caso que la justificación no explica satisfactoriamente el bajo nivel de los precios o costes propuestos por el licitador cuando esta sea incompleta o se fundamente en hipótesis o prácticas inadecuadas desde el punto de vista técnico, jurídico o económico.

En los casos en que se compruebe que una oferta es anormalmente baja debido a que el licitador ha obtenido una ayuda de Estado, solo podrá rechazarse la proposición por esta única causa si aquel no puede acreditar que tal ayuda se ha concedido sin contravenir las disposiciones comunitarias en materia de ayudas públicas. El órgano de contratación que rechace una oferta por esta razón deberá informar de ello a la Comisión Europea, cuando el procedimiento de adjudicación se refiera a un contrato sujeto a regulación armonizada.

La mesa de contratación, o en su defecto, el órgano de contratación evaluará toda la información y documentación proporcionada por el licitador en plazo y, en el caso de que se trate de la mesa de contratación, elevará de forma motivada la correspondiente propuesta de aceptación o rechazo al órgano de contratación. En ningún caso se acordará la aceptación de una oferta sin que la propuesta de la mesa de contratación en este sentido esté debidamente motivada. Si el órgano de contratación, considerando la justificación efectuada por el licitador y los informes mencionados en el apartado cuatro, estimase que la información recabada no explica satisfactoriamente el bajo nivel de los precios o costes propuestos por el licitador y que, por lo tanto, la oferta no puede ser cumplida como consecuencia de la inclusión de valores anormales, la excluirá de la clasificación y acordará la adjudicación a favor de la mejor oferta, de acuerdo con el orden en que hayan sido clasificadas conforme a lo señalado en el apartado 1 del artículo 150. En general se rechazarán las ofertas incursas en presunción de anormalidad si están basadas en hipótesis o prácticas inadecuadas desde una perspectiva técnica, económica o jurídica.

Cuando una empresa que hubiese estado incurso en presunción de anormalidad hubiera resultado adjudicataria del contrato, el órgano de contratación establecerá mecanismos adecuados para realizar un seguimiento pormenorizado de la ejecución del mismo, con el objetivo de garantizar la correcta ejecución del contrato sin que se produzca una merma en la calidad de los servicios, las obras o los suministros contratados.

*Una vez presentada por la empresa **MEDIATALENT S.L.** el informe justificativo con fecha 1 de agosto de 2024, tras una valoración pormenorizada de las razones que argumenta la empresa para justificar esos valores anormales, se procede a motivar si la oferta ha de ser aceptada o no a la licitación. En principio, se ha de decir que el tema de los valores anormales o desproporcionados en el ámbito de la contratación pública ha sido objeto de muchos pronunciamientos del TACRC, y del resto de tribunales autonómicos que ostentan competencias en materia de contratación, lo que ha permitido obtener ciertas matizaciones y concreciones que han de ser tenidas en cuenta por los órganos de contratación en la resolución de tales discrepancias. En todo caso, la oferta económica con valor anormal o desproporcionado es un concepto en el que entra en juego una presunción "iuris tantum", es decir, que puede ser desvirtuada por la justificación que en su caso aporte el licitador, y que únicamente podrá ser desestimada por el órgano de contratación en el caso en que considere que no está suficientemente garantizado que con el precio ofertado se pueda realizar la prestación contratada, en forma óptima. Asimismo, el TACRC, en Resolución 147/2013, de 10 de abril, mantiene una línea reiterada en su pronunciamiento, en cuanto a que la finalidad de la legislación de contratos es que se siga un procedimiento contradictorio para evitar que las ofertas con valores anormales o desproporcionados se puedan rechazar sin comprobar antes su viabilidad. Se trata de conciliar la exigencia de que la adjudicación se produzca a favor de la oferta económicamente más ventajosa, con el interés general que requiere asegurar que el licitador puede cumplir la prestación objeto del contrato. Por tanto, se va a proceder a un examen de los argumentos expresados en el informe técnico del licitador para justificar su baja.*

En primer lugar, argumenta el **ahorro del coste de los servicios prestados** al emplear menor tiempo y recursos humanos gracias a la amplia experiencia en las campañas realizadas. Lo que supone un ahorro medio sustancial sobre el coste normal del servicio. Así mismo, indica que:

- Las **soluciones técnicas adoptadas** son otra de las condiciones que les permiten aplicar un precio mucho más bajo del normal, ya que dichas soluciones y medios han sido plenamente contrastados en anteriores campañas y continúan siendo susceptibles de aprovechamiento para aplicar en la campaña actual: programas y medios informáticos, protocolos de actuación y contratación, contactos de proveedores y clientes. Constituyendo una sinergia y un activo intangible susceptible de continuar produciendo aprovechamiento sin coste alguno.

- Igualmente, aducen las **condiciones excepcionalmente favorables** para realizar los servicios producen una disminución del coste de este, ya que la experiencia de campañas anteriores constituye una ventaja evidente en la realización del servicio. Esta experiencia les permite la contratación directa con distintos

Área:

Documento:

03818I04SP

Unidad:

Expediente:

038 - Contratación y compras

038/2024/184

Fecha y hora:

16-10-2024 14:03

Código de Verificación:



6Y163G0C71323E6X06X3

soportes, medios o exclusivistas, evitando intermediarios que encarecen los costes de las acciones.

Además, argumenta ser una empresa joven que apuesta constantemente por la **innovación y la originalidad en las soluciones**, no sólo la experiencia les permite mejorar, pues además aprendiendo continuamente sobre lo ya realizado, logran una posición de optimizarlo y mejorarlo con nuevas soluciones y métodos de trabajo por lo que están en una constante innovación y evolución. Lo que contribuye a abaratar los costes y mejorar el precio final del servicio.

1.1.1.1.1.1.1 Sobre el respeto de obligaciones que resulten aplicables en materia medioambiental, social o laboral, y de subcontratación, no siendo justificables precios por debajo de mercado o que incumplan lo establecido en el artículo 201 de la ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos de Sector Público, por la que se transponen al ordenamiento jurídico español las Directivas de Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE, de 26 de Febrero de 2014. MediaTalent actualmente **está exenta de obligaciones en materia medioambiental, social o laboral**, tales como criterios sociales referidos por ejemplo a la implantación de un Plan de Igualdad o a la contratación de un % mínimo de personas con discapacidad. Si bien, destacan que la agencia cuenta con un alto % de personas con discapacidad. **En materia medioambiental**, cuentan con un plan de reciclaje y recogida de residuos (papel) con el fin de contribuir a la conservación y mejora del medioambiente. Actualmente nos encontramos además en el desarrollo de un plan de impacto sobre la huella de Ozono.

1.1.1.1.1.1.2

En materia laboral incluyen una declaración responsable en el concurso que confirman:

- 1 -Que la empresa adopta medidas para promover la conciliación y flexibilidad laboral de cara a favorecer la adaptabilidad y entorno de trabajo para sus empleados.
- 1 -Que la entidad ofrece flexibilidad horaria y de reparto de jornada laboral para sus empleados dentro de unas directrices y normas básicas que aseguren el buen funcionamiento de la empresa.
- 1 -Que la entidad apuesta por un modelo de trabajo flexible que se adapte a las necesidades actuales de las personas y la sociedad.

-Que la empresa cuenta con un modelo mixto de teletrabajo + trabajo presencial, lo que les permite además ahorrar y optimizar recursos y favorece una mayor conciliación para los trabajadores. En caso de que el Órgano de contratación lo considere oportuno pueden facilitar el modelo de acuerdo de teletrabajo y flexibilidad firmado con los trabajadores.

El Tribunal Administrativo Central de Recursos Contractuales en diversas resoluciones posteriores, entre otras la 379/2014, de 9 de mayo, ha venido a establecer respecto de los beneficios que: [...] las normas sobre presunción de temeridad no deben considerarse como un fin en sí mismas, sino como un elemento que permite valorar si el contrato se puede ejecutar por la empresa que lo propone.

Y en este sentido, esta técnica entiende tras estudiar la justificación de MEDIATALENT SL que el contrato puede ejecutarse por esta empresa, ya que:

-Las soluciones técnicas adoptadas les permiten aplicar un precio mucho más bajo del normal, ya que dichas soluciones y medios han sido plenamente contrastados en anteriores campañas y continúan siendo susceptibles de aprovechamiento para aplicar en la campaña actual: programas y medios informáticos, protocolos de actuación y contratación, contactos de proveedores y clientes.

- Que la empresa cuenta con un modelo mixto de teletrabajo + trabajo presencial, lo que les permite además ahorrar y optimizar recursos y favorece una mayor conciliación para los trabajadores.

A tenor de estas consideraciones entiendo que MEDIATALENT SL puede acometer el contrato de forma correcta y asegurándose además un beneficio industrial y considero suficientemente justificada su oferta económica, proponiendo la aceptación de la misma y la continuidad del procedimiento con la valoración de todas las ofertas y la siguiente propuesta de adjudicación.

Por otra parte, una vez presentada por la empresa **CÍRCULO DE COMUNICACIÓN S.L.** el informe justificativo con fecha 1 de agosto de 2024, tras una valoración pormenorizada de las razones que argumenta la empresa para justificar esos valores anormales, se procede a motivar si la oferta ha de ser aceptada o no a la licitación.

El precio viene determinado por unos costes operativos ajustados y un beneficio limitado para el contratista que estimamos en una horquilla de entre el 3% y el 4%. Por lo que respecta al ahorro en costes y servicios prestados, cuentan con representación física en Londres y más de 15 años de experiencia en el desarrollo de proyectos de comunicación relacionados con el turismo para distintos clientes de ámbito nacional e internacional. La colaboración prolongada, estrecha y de confianza con la agencia de publicidad de Londres con la que han desarrollado la propuesta les ha permitido conseguir unos precios muy ajustados.

Las fechas de ejecución del proyecto coinciden con un momento de actividad valle para Círculo de Comunicación, lo que les permitirá utilizar los recursos disponibles para ejecutar el proyecto y dar ocupación a sus profesionales, sin necesidad de incurrir en gastos adicionales de personal.

La agencia de publicidad exterior y de taxis con la que trabajan es una de las pocas agencias autorizadas para operar tanto con Network Rail (responsable de la publicidad en las estaciones de tren, una empresa pública) como con Transport for London, que regula los taxis y la publicidad en ellos, y que depende de la alcaldía de Londres.

La oferta incluye una estrategia publicitaria muy selectiva en terminales centrales muy transitadas, frecuentadas diariamente por viajeros de Londres y del sureste de Inglaterra. Estas terminales reciben personas de áreas con nivel socioeconómico medio-alto dentro del país, incluyendo los alrededores de Londres y la zona del "comuter belt" del sureste de Londres. Estos lugares son frecuentados por familias jóvenes y de mediana edad, así como por personas con ingresos suficientes para considerar visitar un destino turístico aspiracional de calidad como Huelva.

La empresa está acreditada bajo la norma ISO 9001 de calidad, que es el modelo más utilizado en las relaciones cliente/proveedor nacionales e internacionales. La ISO 9001 es la norma sobre gestión de la calidad con mayor reconocimiento en todo el mundo. Perteneciente a la familia ISO 9000 de normas de sistemas de gestión de la calidad (junto con ISO 9004) y ayuda a las organizaciones a cumplir con las expectativas y necesidades de sus clientes, entre otros beneficios. Es el lenguaje universal de prestación de servicios en una multitud de sectores y tiene una especial importancia para las PYMES, ya que les permite demostrar su capacidad para cumplir con las necesidades de sus clientes

Con relación a innovación y originalidad, trabajan con herramientas informáticas avanzadas e inteligencia artificial, lo que les permite automatizar las comunicaciones internas y con Reino Unido, compartir documentos de forma rápida con toda la cadena de suministro y generar ahorros en tiempo y dinero.

Respecto al respeto de obligaciones que resulten aplicables en materia medioambiental, social o laboral y de subcontratación, no han tenido incidencia en toda la historia de la empresa. Llevan más de 10 años trabajando para distintas entidades y organismos relacionados con las administraciones públicas, tales como la IFEMA, Fundación ICO, SEGITTUR, la Junta de Extremadura, Turismo de la Comunidad Valencia, la Confederación Hidrográfica del Duero (CHD), Turespaña y el Ayuntamiento de Calvià, entre otros.

El Tribunal Administrativo Central de Recursos Contractuales en diversas resoluciones posteriores, entre otras la 379/2014, de 9 de mayo, ha venido a establecer respecto de los beneficios que: [...] las normas sobre presunción de temeridad no deben considerarse como un fin en sí mismas, sino como un elemento que permite valorar si el contrato se puede ejecutar por la empresa que lo propone.

Y en este sentido, esta técnica entiende tras estudiar la justificación de CÍRCULO DE COMUNICACIÓN SL que el contrato puede ejecutarse por esta empresa, ya que:

- El precio viene determinado por unos costes operativos ajustados y un beneficio limitado para el

Área:

Documento:

Unidad:

03818I04SP

Expediente:

038 - Contratación y compras

038/2024/184

Fecha y hora:

16-10-2024 14:03

Código de Verificación:



6Y163G0C71323E6X06X3

contratista que estimamos en una horquilla de entre el 3% y el 4%. Por lo que respecta al ahorro en costes y servicios prestados, cuentan con representación física en Londres y más de 15 años de experiencia en el desarrollo de proyectos de comunicación relacionados con el turismo para distintos clientes de ámbito nacional e internacional.

- La oferta incluye una estrategia publicitaria muy selectiva en terminales centrales muy transitadas, frecuentadas diariamente por viajeros de Londres y del sureste de Inglaterra.

A tenor de estas consideraciones entiendo que CÍRCULO DE COMUNICACIÓN SL puede acometer el contrato de forma correcta y asegurándose además un beneficio industrial y considero suficientemente justificada su oferta económica, proponiendo la aceptación de la misma y la continuidad del procedimiento con la valoración de todas las ofertas y la siguiente propuesta de adjudicación.

-Que se procede al estudio del contenido del sobre DOS relativo a los criterios cuantificables mediante fórmulas de las cuatro proposiciones presentadas, según los criterios de adjudicación que figuran en los pliegos de prescripciones técnicas y de cláusulas administrativas particulares que rigen para el concurso, y que se procede a distribuir los puntos como se expone y justifica a continuación:

OFERTAS PRESENTADAS	Importe Oferta	PUNTOS
AZAHARA COMUNICACIONES S.A.	44.090	35,28 PUNTOS
PLANNING STRATEGY AND GROWTH SL	43.100	38,48 PUNTOS
WE ARE MEDIANUTS S.L.	43.400	37,52 PUNTOS
IRISMEDIA AGENCIA DE MEDIOS SL	40.454,55	47,04 PUNTOS
MEDIATALENT S.L.	32.454,55	72,93 PUNTOS
CÍRCULO DE COMUNICACIÓN S.L.	31.816	75 PUNTOS

PROPUESTA ADJUDICACIÓN:

El resultado final, teniendo en cuenta la valoración conjunta de los sobres UNO y DOS, es el siguiente:

EMPRESAS	AZAHARA COMUNICACIONES S.A.	PLANNING STRATEGY AND GROWTH SL	WE ARE MEDIANUTS S.L.	IRISMEDIA AGENCIA DE MEDIOS SL	MEDIATALENT S.L.	CÍRCULO DE COMUNICACIÓN S.L.
SOBRE UNO	25 PUNTOS	25 PTS	19 PTS	19 PTS	19 PTS	19 PTS

SOBRE DOS	35,28 PUNTOS	38,48 PTS	37,52 PTS	47,04 PTS	72,93 PTS	75
TOTAL	60,28 PUNTOS	63,48 PTS	56,52 PTS	66,04 PTS	91,93 PTS	94 PTS

Por lo tanto, examinadas las ofertas presentadas por las empresas y a la vista de los resultados obtenidos en las puntuaciones otorgadas y comprobada que se adecúa a lo establecido en los Pliegos de Condiciones que rigen este contrato, se propone a la Mesa de Contratación la adjudicación del contrato del **SERVICIO PARA EL DISEÑO Y EJECUCIÓN DE UNA CAMPAÑA DE MARKETING 360º EN LONDRES** en el marco del Plan Turístico de Grandes Ciudades de Huelva a la empresa con mejor puntuación, **CÍRCULO DE COMUNICACIÓN** con una puntuación final de 94 puntos, y con un presupuesto máximo de licitación de 31.816 euros, más 6.681,36 euros de I.V.A. de euros, sumando un total de 38.497,36 euros.

Se da traslado a la Mesa de Contratación para que el órgano competente actúe de acuerdo con lo establecido en la Ley de Contratos del Sector Público.”

Resultando que reunida la Mesa de Contratación con fecha 3 de septiembre de 2024 acuerda por unanimidad, asumir el informe de valoración de criterios evaluables automáticamente y propuesta de adjudicación, emitido por el Jefe de Negociado de Turismo, Comercio, Salud y Consumo, D. Manuel Vela Cruz, antes transcrito y propone al órgano de contratación la adjudicación del servicio para el diseño y ejecución de una campaña de marketing 360º en Londres en el marco del Plan Turístico de Grandes Ciudades de Huelva, a la entidad **Círculo de Comunicación S.L.** con C.I.F. B87255071 y correo a efecto de notificaciones mrodrigo@circulodecomunicacion.com, al ser la oferta más económica y ajustada a los pliegos, por un importe de 31.816 euros, más 6.681,36 euros de I.V.A. de euros, sumando un total de 38.497,36 euros y conforme a la memoria presentada. Todo ello de condicionado al informe que ha de emitirse por la Intervención Municipal

Visto el requerimiento realizado a la empresa **Círculo de Comunicación, S.L.** para la presentación de la documentación requerida.

Visto que la empresa **Círculo de Comunicación, S.L.** ha presentado la documentación requerida.

Visto que reunida la Mesa de Contratación con fecha 7 de octubre de 2024, por unanimidad, acuerda calificar favorablemente la documentación acreditativa del cumplimiento de los requisitos previos a que se refieren los arts. 140 y 141 de la LCSP y demás documentación requerida en base al artículo 150.2 de la LCSP, previa a la adjudicación del servicio para el diseño y ejecución de una campaña de marketing 360º en Londres, en el marco del Plan Turístico de Grandes Ciudades de Huelva (PTGC de Huelva) de conformidad con el informe emitido por el Técnico de Administración General, D. Antonio Jesús González Ginés.

Visto el informe favorable de la Intervención Municipal de fecha 14 de octubre de 2024.

De conformidad con lo dispuesto en la Disposición Adicional Segunda de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, y siendo competente esta Concejala Delegada Régimen Interior, Recursos Humanos y Modernización Digital por delegación de la Sra. Alcaldesa realizada mediante Decreto de fecha 19 de junio de 2023, en virtud del presente, **RESUELVO:**

Primero.- Adjudicar, por tramitación ordinaria, procedimiento abierto simplificado y varios criterios de adjudicación el contrato de del servicio para el diseño y ejecución de una campaña de marketing 360º en Londres en el marco del plan turístico de grandes ciudades de Huelva (PTGC DE HUELVA) a la empresa **Círculo de Comunicación S.L.** con C.I.F. B87255071 y correo a efecto de notificaciones mrodrigo@circulodecomunicacion.com, al ser la oferta más económica y ajustada a los pliegos, por un importe de 31.816 euros, más 6.681,36 euros de I.V.A. de euros, sumando un total de 38.497,36 euros y conforme a la memoria presentada.

Segundo.- Notificar el presente acuerdo al adjudicatario, requiriéndole para que, dentro del plazo de 15 días hábiles a contar desde el día siguiente al de notificación de la adjudicación, proceda a la formalización del contrato en documento administrativo, conforme a lo establecido en el artículo 153 de la ley 9/2017, de Contratos del Sector Público.

Tercero.- Notificar, al resto de licitadores no adjudicatarios.

Cuarto.- Proceder a la publicación en el perfil del Contratante del Ayuntamiento de Huelva, conforme a



Ayuntamiento de
HUELVA



Área:

Documento:

03818I04SP

Unidad:

Expediente:

038 - Contratación y compras

038/2024/184

Fecha y hora:

16-10-2024 14:03

Código de Verificación:



6Y163G0C71323E6X06X3

lo previsto en el artículo 151 de la mencionada LCSP.

Dado en Huelva, por D^a. Elena Pacheco García, Concejala Delegada de Régimen Interior, Recursos Humanos y Modernización Digital, por delegación de la Ilma. Sra. Alcaldesa-Presidenta mediante Decreto de fecha 19 de junio de 2023.

Dado en Huelva, por D^a. Elena Pacheco García, Concejala Delegada de Régimen Interior, Recursos Humanos y Modernización Digital, por delegación de la Ilma. Sra. Alcaldesa-Presidenta, mediante Decreto de fecha 19 de junio de 2023.

En Huelva, a fecha de la firma electrónica.

PACHECO GARCIA, ELENA
Concejala Delegada del Área Régimen Interior, Recursos Humanos
y Modernización Digital
18/10/2024 09:29