

Plan Turístico de Grandes Ciudades de Andalucía de la ciudad de Marbella

INFORME TÉCNICO DE VALORACIÓN DE LOS CRITERIOS OBJETIVOS

DENOMINACIÓN: CONTRATO DE SERVICIO POR CUENTA ABIERTA DE AGENCIA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA LA PLANIFICACIÓN, MEDIACIÓN, INSERCIÓN Y SEGUIMIENTO DE LA DIFUSIÓN DE LA PUBLICIDAD DE LA CAMPAÑA DE REPOSICIONAMIENTO TURÍSTICO DE MARBELLA CONFORME AL PTGC - INICIATIVA DE CONTENIDO TURÍSTICO (ITC) E.1. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA VELAR POR LA MARCA MARBELLA. ACCIÓN E.1.1. CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN EN CHINA, EE.UU., U.K., FRANCIA Y MERCADO ÁRABE.
AÑOS: 2024
EXPEDIENTE: SE 55/24

PROCEDIMIENTO: ABIERTO ANTICIPADO
TRAMITACIÓN DEL EXPEDIENTE: <input checked="" type="checkbox"/> ORDINARIO <input type="checkbox"/> URGENTE <input type="checkbox"/> EMERGENCIA



Andalucía



Plan Turístico de Grandes Ciudades de Andalucía de la ciudad de Marbella

ÍNDICE

1. OBJETO.
2. VALORACIÓN DE LOS CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN EVALUABLES MEDIANTE LA APLICACIÓN DE FÓRMULAS.
3. VALORACIÓN DE LAS PROPUESTAS.
4. CONCLUSIÓN.

Página 2 | 6



Hacienda electrónica
local y provincial
DIPUTACIÓN DE MÁLAGA

FIRMANTE

INMACULADA FERNANDEZ SABIO (TECNICO ADMINISTRACION GENERAL)

CÓDIGO CSV

9fe057b2d59c3130d51b6dc5d24c0edf33976f3e

URL DE VALIDACIÓN

<https://sede.malaga.es/marbella>

NIF/CIF

****101**

FECHA Y HORA

13/02/2024 15:13:13 CET

Plan Turístico de Grandes Ciudades de Andalucía de la ciudad de Marbella

1. OBJETO.

El objeto del presente Informe Técnico, a petición del Servicio de Contratación del Excmo. Ayuntamiento de Marbella, es realizar la valoración de los criterios objetivos de las proposiciones presentadas en la licitación del “SERVICIO POR CUENTA ABIERTA DE AGENCIA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA LA PLANIFICACIÓN, MEDIACIÓN, INSERCIÓN Y SEGUIMIENTO DE LA DIFUSIÓN DE LA PUBLICIDAD DE LA CAMPAÑA DE REPOSICIONAMIENTO TURÍSTICO DE MARBELLA CONFORME AL PTGC - INICIATIVA DE CONTENIDO TURÍSTICO (ITC) E.1. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA VELAR POR LA MARCA MARBELLA”. EXPTE. SU 142/23.

ACCIÓN E.1.1. CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN EN CHINA, EE.UU., U.K., FRANCIA Y MERCADO ÁRABE.

El Informe Técnico se redacta en base a los criterios para la adjudicación, establecidos en el procedimiento de licitación.

2. VALORACIÓN DE LOS CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN EVALUABLES MEDIANTE LA APLICACIÓN DE FÓRMULAS.

Según lo especificado en los pliegos de licitación, la valoración de los criterios de adjudicación evaluables mediante la aplicación de fórmulas, se efectuará hasta un máximo de 100 puntos.

De acuerdo con la información suministrada por el Servicio de Contratación del Excmo. Ayuntamiento de Marbella, se han presentado ofertas por parte de las siguientes empresas:

Nº	CIF	LICITADORES
1	B86359379	FISHERMAN DIGITAL SOLUTIONS, S.L.
2	B85808376	Iki Media Solutions, S.L.
3	B67159608	Linkemann Ventures, S.L.
4	B90343211	MEDIOSYMAS, S.L.
5	B87234555	Mediatalent, S.L.
6	B91346890	NF AGENCIA DE MEDIOS INDEPENDIENTE, S.L.U.
7	B85765253	TARGET 2016, S.L.

En las ofertas presentadas no se detecta coincidencia entre ellas.

2.1. CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN CUANTIFICABLES MEDIANTE LA APLICACIÓN DE FÓRMULAS (HASTA 100 PUNTOS)

Para los criterios de valoración y la elección de la empresa licitadora se han tenido en cuenta criterios de adjudicación fundamentados en la comisión de agencia por cada una de las campañas que se gestionen.

Plan Turístico de Grandes Ciudades de Andalucía de la ciudad de Marbella

Puntuación máxima por comisión de agencia: 100 puntos

Dentro de los criterios de valoración, y en lo relativo al baremo, únicamente se tendrán en cuenta dos decimales dentro de los valores numéricos aportados en los respectivos porcentajes de descuento.

En lo relativo a la comisión de agencia, entendemos que **todos los valores deberán estar comprendidos entre un 1,00% y un 10,00% sobre el precio final de la campaña sin IVA**. Toda oferta que esté por debajo o por encima de esas cifras será objeto de exclusión. En la valoración únicamente se tendrán en cuenta dos decimales en la propuesta de licitación a puntuar.

- Porcentaje mínimo de comisión de agencia: 1%
- Porcentaje máximo de comisión de agencia: 10%

Para la valoración objetiva de la oferta económica se seguirán criterios de ponderación en función del peso específico del valor de comisión de agencia. En este caso la valoración máxima será la siguiente:

CRITERIOS CUANTIFICABLES mediante aplicación de fórmula	Puntuación máxima para cada criterio
1 Comisión de agencia propuestas mercado USA	33,28
2 Comisión de agencia propuestas mercado China	20,12
3 Comisión de agencia propuestas mercado Europa Central	18,75
4 Comisión de agencia propuestas mercado UK	15,12
5 Comisión de agencia propuestas mercado Árabe	12,73
Puntuación máxima para la suma de todos los criterios	100,00

Para cada uno de los valores ofertados se aplicará la siguiente fórmula:

$$P = \frac{P_{\text{máxima}} \times OMB}{Ofertavalorada}$$

En este caso los valores hacen referencia a:

P = Puntuación obtenida para el apartado en concreto.

P máxima = Puntuación máxima que el licitador puede obtener para el apartado en concreto.

OMB = Oferta económica más baja ofertada por los licitadores para el apartado en concreto.

Oferta Valorada = corresponde a la oferta de cada licitador.

Una vez obtenidas todas las puntuaciones para cada uno de los apartados, se calculará el valor final sumando la puntuación obtenida en cada uno de los criterios.

Plan Turístico de Grandes Ciudades de Andalucía de la ciudad de Marbella

3. VALORACIÓN DE LAS PROPUESTAS.

Se adjunta a continuación la tabla con los valores de las propuestas presentadas, considerando el Presupuesto Base de Licitación de **400.000,00 €** (21% IVA incluido).

A continuación están los cálculos realizados para la determinación de las comisiones con valores anormales o desproporcionados.

Se han presentado las siguientes proposiciones por parte de las empresas, de acuerdo con la Nota Interior del Servicio de Contratación recibida el día **27/12/23**:

CIF/NIF	LICITADORES	% COMISIÓN AGENCIA	BI	21% IVA	TOTAL COMISIÓN AGENCIA
B86359379	FISHERMAN DIGITAL SOLUTIONS, S.L.	1,00%	3.305,79€	694,21€	4.000,00€
B85808376	Iki Media Solutions, S.L.	1,00%	3.305,79€	694,21€	4.000,00€
B67159608	Linkemann Ventures, S.L.	1,00%	3.305,79€	694,21€	4.000,00€
B90343211	MEDIOSYMAS, S.L.	1,00%	3.305,79€	694,21€	4.000,00€
B87234555	Mediatalent, S.L.	1,00%	3.305,79€	694,21€	4.000,00€
B91346890	NF AGENCIA DE MEDIOS INDEPENDIENTE, S.L.U.	1,00%	3.305,79€	694,21€	4.000,00€
B85765253	TARGET 2016, S.L.	1,00%	3.305,79€	694,21€	4.000,00€

De conformidad con lo establecido en la cláusula 29.3 del PCAP los licitadores deben de presentar la comisión ajustada al modelo del referido Pliego.

3.1. PRIMER PASO: EXCLUSIÓN DE EMPRESAS DEL GRUPO PARA LA APRECIACIÓN DE LAS COMISIONES DESPROPORCIONADAS O TEMERARIAS

Según documentación aportada por el Servicio de Contratación, se entiende que ninguna de las empresas licitadoras están vinculadas o pertenecen a un mismo grupo empresarial.

3.2. SEGUNDO PASO: DETERMINACIÓN DE LAS COMISIONES DESPROPORCIONADAS O TEMERARIAS

a) Cálculo de la media aritmética de las comisiones:

MEDIA ARITMÉTICA DE LAS COMISIONES	4.000,00 €
------------------------------------	------------

b) Cálculo del umbral para determinar las comisiones desproporcionadas (media aritmética de las comisiones menos 10%):

UMBRAL PARA DETERMINAR LAS COMISIONES DESPROPORCIONADAS (MEDIA	3.600,00 €
--	------------

Plan Turístico de Grandes Ciudades de Andalucía de la ciudad de Marbella

ARITMÉTICA COMISIONES AGENCIA MENOS 10%)	
--	--

En base a lo anterior, ninguna empresa incurre en baja temeraria porque todas presentan una comisión superior a 3.600,00€.

Tabla resumen de todas las propuestas de comisión de agencia en cada uno de los mercados							
CIF	EMPRESAS	PUNTUACION MÁXIMA POR MERCADO					TOTAL PUNTUACIÓN
		USA	CHINA	EUROPA	UK	ÁRABE	
		33,28	20,12	18,75	15,12	12,73	100
B86359379	FISHERMAN DIGITAL SOLUTIONS, S.L.	33,28	20,12	18,75	15,12	12,73	100
B85808376	Iki Media Solutions, S.L.	33,28	20,12	18,75	15,12	12,73	100
B67159608	Linkemann Ventures, S.L.	33,28	20,12	18,75	15,12	12,73	100
B90343211	MEDIOSYMAS, S.L.	33,28	20,12	18,75	15,12	12,73	100
B87234555	Mediatalent, S.L.	33,28	20,12	18,75	15,12	12,73	100
B91346890	NF AGENCIA DE MEDIOS INDEPENDIENTE, S.L.U.	33,28	20,12	18,75	15,12	12,73	100
B85765253	TARGET 2016, S.L.	33,28	20,12	18,75	15,12	12,73	100

4. CONCLUSIÓN.

Se informa que a juicio de la Técnico que suscribe, las siete (7) empresas licitadoras tienen empate en la puntuación de los criterios objetivos en base a los criterios establecidos en los P.C.A.P. y P.P.T.P.

Lo que se informa a los efectos oportunos, sometido a superior criterio.

No obstante, la Mesa de Contratación propondrá lo que estime conveniente.

En Marbella, a fecha de la firma electrónica

Fdo.: Inmaculada Fernández Sabio

Técnico de Turismo

