

## ACUERDO DE INICIO DE EXPEDIENTE DE CONTRATACIÓN Y APROBACIÓN DEL GASTO

### **SERVICIOS DE PRODUCCIÓN DE UN SPOT SOBRE LOS PRODUCTOS IDENTITARIOS DE LA ZONA RURAL LEADER CONDADO DE HUELVA Y DE LA EMISIÓN DE LA CAMPAÑA DEL SPOT EN CANAL SUR TELEVISIÓN**

Nº EXPEDIENTE:

05/2022

FECHA:

29/06/2022

ANTECEDENTES:

La Asociación para el Desarrollo Rural del Condado de Huelva (ADERCON) se constituye el 19 de julio de 1996 con el objetivo de impulsar el desarrollo sostenible y equilibrado de la comarca, valiéndose entre otros medios del Programa de Desarrollo y Diversificación Económica de Zonas Rurales (PRODER) o del Programa LiderA de la Consejería de Agricultura, Medio Ambiente y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía.

El ámbito de actuación del GDR está formado por los municipios integrantes de las Mancomunidad de Desarrollo Condado de Huelva, (Almonte, Bonares, Bollullos Par del Condado, Chucena, Escacena del Campo, Hinojos, Lucena del Puerto, Manzanilla, Moguer, Niebla, Palos de la Frontera, La Palma del Condado, Paterna del Campo, Rociana del Condado, Villalba del Alcor y Villarrasa) y los municipios de la Mancomunidad de Desarrollo Local Campiña-Andévalo (Beas, Trigueros y San Juan del Puerto).

La Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, integra dentro de su ámbito de aplicación a las entidades que, como ADERCON, satisfacen necesidades de interés general sin carácter industrial o mercantil estando una gran parte de su actividad financiada con capital público y son controladas por una Administración y que por otra parte se encuentran englobadas en la categoría de poder adjudicador establecida en el art. 3.3. d) de la misma Ley.

El Condado de Huelva se caracteriza por ser una comarca que goza de una fuerte identidad, por la presencia de elementos que están influidos por múltiples factores: históricos (hechos como el nacimiento del Condado de Niebla, que da origen a su nombre, o el Descubrimiento de América), medioambientales (por la importancia de Doñana o el río Tinto) religiosos (mantenimiento de creencias ancestrales como las vinculadas a La Romería del Rocío, la Semana Santa, el Corpus Christi, o las Cruces de Mayo), etnográficos (con origen en trabajos, tradiciones, manejo de animales, etc., como la tonelería, la guarnicionería, la cultura del vino, los trajes de flamenca, la Saca de las Yeguas...), literarios (con poetas como Odón Betanzos, Francisco Garfias o el mundialmente conocido ganador del Premio Nóbel, Juan R. Jiménez), etc.

Además de los anteriores, existen otros elementos con los que la comarca se va identificando cada vez más, como son eventos que se van consolidando como tradicionales por su larga trayectoria. Así, el Belén Viviente de Beas, el Festival de Cante Jondo de Moguer o el Festival de Teatro Castillo de Niebla forman ya parte de la imagen que la comarca transmite al exterior y también la asumen como propia la ciudadanía del territorio.

La mayoría de esos recursos van poco a poco facilitando la existencia de actividades económicas en torno a ellos, como el turismo, la artesanía o la gestión cultural y ofrecen la experiencia de participar in situ de todas las connotaciones con las que lo viven y disfrutan las personas que habitan este espacio.

Además, debido a la presencia de una fuerte estructura productiva agrícola, existe también una serie de cultivos, tanto tradicionales (cereales, vid y olivo) como los que son fruto de una moderna actividad intensiva de regadío (principalmente fresas, frambuesas y arándanos), que también aportan singularidad a la comarca.

Algunos de los primeros, han hecho un esfuerzo por certificar su calidad vinculándola con el territorio. Así, destacan tanto la actividad vitivinícola, a través de sus Denominaciones de Origen “Condado de Huelva”, “Vinagre del Condado de Huelva” y “Vino Naranja del Condado de Huelva”, como la del garbanzo, a través de su de la Indicación Geográfica Protegida “Garbanzo de Escacena”. Estas certificaciones relacionan la garantía de calidad alimentaria con el origen de su producción, generándose una mutua aportación de valor entre el territorio y los productos.

El resto de las producciones (aceitunas de mesa, aceites de oliva, frutos rojos..., se han convertido también en signos de identidad de la comarca y van reforzando su imagen por su vinculación con una tierra que se asocia con connotaciones culturales, históricas y medioambientales prestigiosas.

Por todo lo anterior, en la Estrategia de Desarrollo Local Leader del Condado de Huelva se ha incorporado como objetivo el fomento de la identidad comarcal. Se espera que con ello se contribuya a generar actividades que creen arraigo y, por tanto, fijen la población al territorio y mejoren la calidad de vida de los habitantes de la comarca.

La actuación planteada, pretende, por tanto, dar difusión y promocionar los productos identitarios de la comarca, poniéndolos en valor entre su ciudadanía y atrayendo visitantes que los quieran disfrutar, como se contempla en el objetivo 2 de la Estrategia.

#### OBJETO:

Contratación de los servicios de producción y emisión de un spot publicitario en Canal Sur Televisión, del proyecto propio “Promoción de productos identitarios del Condado de Huelva”, expediente PPGDRP-HU-21-00002, subvencionado en un 90% por la Unión Europea mediante el Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (FEADER) y un 10% por la Comunidad Autónoma de Andalucía, Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible.

Los objetivos del proyecto son:

- Promocionar el territorio y sus productos asociados a la identidad comarcal.
- Sensibilizar al empresariado sobre la importancia de relacionar sus productos con la imagen de la comarca, vinculándolos a la calidad.
- Posicionar la identidad de la comarca del Condado y sus productos, despertando sensaciones positivas en la población y en los visitantes y consumidores/as para que repercuta en un impulso económico.
- Aumentar en la población el sentimiento de pertenencia al territorio con la puesta en valor de los productos de la comarca.
- Incentivar tanto el conocimiento como el consumo de productos del Condado en el mercado local y regional.
- Transmitir la importancia de apostar por el consumo de lo local, lo próximo, contribuyendo a la generación de riqueza y empleo, a la fijación de la población al territorio y a la conservación de sus valores.
- Sensibilizar a la población y, especialmente, al empresariado, en la necesidad de contribuir a la sostenibilidad y a la lucha contra el cambio climático.

#### JUSTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD DE LA CONTRATACIÓN:

La Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural mediante Orden de 23 de noviembre de 2017, aprobó las bases reguladoras para la concesión de las ayudas previstas en las Estrategias de Desarrollo Local Leader en el marco de la submedida 19.2 del Programa de Desarrollo Rural de Andalucía 2014-2020.

El objeto de la citada Orden “Implementación de operaciones conforme a las Estrategias de Desarrollo Local” que contempla un único tipo de operación destinado a la ejecución de las Estrategias de Desarrollo Local por parte de las asociaciones que han sido reconocidas como Grupos de Desarrollo Rural de Andalucía, permitiendo la concesión de subvenciones a los propios GDR solicitantes de ayuda. Dicha Orden fue objeto de modificación por Orden de 27 de abril de 2018 y posteriormente por Orden de 23 de octubre de 2018 y Orden de 20 de junio de 2020.

Mediante Resolución de Dirección General de Industrias, Innovación y Cadena Agroalimentaria, de fecha 16 de julio de 2021, se convocaron las ayudas indicadas.

Con fecha 13 de mayo de 2022, la Dirección General de Industrias, Innovación y Cadena Agroalimentaria de la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible, nos resolvió la resolución de concesión para el proyecto denominado “Promoción de productos identitarios del Condado de Huelva”, expediente PPGDRP-HU-21-00002.

El GDR Condado de Huelva para llevar a cabo dicho proyecto propio, de acuerdo con el artículo 118.1 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, necesita contratar los servicios para la producción de un spot y la emisión del spot en Canal Sur Televisión, ya que la entidad no cuenta con los medios propios necesarios para la realización de estos servicios, motivo por el cual se acude a la contratación externa.

DIVISIÓN EN LOTES DEL OBJETO DEL CONTRATO:

El expediente se dividirá en dos lotes:

- Lote 1. Servicio de producción de un spot publicitario sobre los productos identitarios de la Zona Rural Leader del Condado de Huelva.
- Lote 2. Servicio de gestión de la campaña de emisión de un spot publicitario en Canal Sur Televisión.

TIPO DE CONTRATO

Servicio.

CPV

79340000-9: Servicios de publicidad y de marketing.

92111200-4: Producción de películas y videocintas de publicidad, propaganda e información.

DURACION / PLAZO DE EJECUCIÓN:

Para el lote 1 “Servicio de producción de un spot publicitario sobre los productos identitarios de la Zona Rural Leader del Condado de Huelva” el plazo de ejecución será máximo de 1 mes desde la firma del contrato.

Para el lote 2 “Servicio de gestión de la campaña de emisión de un spot publicitario en Canal Sur Televisión” 60 días naturales desde la entrega del spot, no pudiendo concluir con posterioridad al 6 de noviembre de 2022.

ÓRGANO DE CONTRATACIÓN:

El presidente.

ÓRGANO PROPONENTE:

La gerente.

RESPONSABLE DEL CONTRATO:

Pilar Cendrero Araujo, Técnica.

PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN (IVA INCLUIDO):

18.329,78 €.

- Lote 1: Servicio de producción de un spot publicitario sobre los productos identitarios de la Zona Rural Leader del Condado de Huelva: 3.088,00 €.

Costes directos: 2.144,59 €.

13% gastos generales: 128,68 €.

6% beneficio industrial: 278,80 €.

Total base: 2.552,07 €.

21% Iva: 535,93 €.

TOTAL: 3.088,00 €

- Lote 2: Servicio de gestión de la campaña de emisión de un spot publicitario en Canal Sur Televisión: 15.241,78 €.

Costes directos: 10.585,30 €.

13% gastos generales: 635,12 €.

6% beneficio industrial: 1.376,09 €.

Total base: 12.596,51 €.

21% Iva: 2.645,27 €.

TOTAL: 15.241,78 €.

VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO (IVA EXCLUIDO):

15.148,58 €.

- Lote 1: Servicio de producción de un spot publicitario sobre los productos identitarios de la Zona Rural Leader del Condado de Huelva: 2.552,07 €.
- Lote 2: Servicio de gestión de la campaña de emisión de un spot publicitario en Canal Sur Televisión: 12.596,51 €.

PROCEDIMIENTO DE ADJUDICACIÓN PROPUESTO Y JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA:

Procedimiento abierto regulado en el artículo 156 y siguientes de la LCSP.

MESA DE CONTRATACIÓN:

Presidenta: M<sup>a</sup> Teresa Jiménez Díaz, gerente.

Secretaria: Pilar Cendrero Araujo, técnica.

Vocal: Ángela M<sup>a</sup> Rico Cayuela, técnica.

COMISIÓN TÉCNICA:

La mesa de contratación.

JUSTIFICACIÓN CRITERIOS DE SOLVENCIA (solvencia económica y financiera y técnica y profesional):

Solvencia técnica:

Lote 1: Servicio de producción de un spot publicitario sobre los productos identitarios de la Zona Rural Leader del Condado de Huelva: la empresa deber haber efectuado, durante los últimos tres años, al menos un servicio de la misma naturaleza o similar que los que constituyen el objeto del contrato, debiendo ser el importe de cada uno igual o superior al valor estimado del presente contrato. Asimismo, deberá acreditar que en los últimos tres años ha desempeñado al menos un trabajo relativo al diseño, producción e implementación de material audiovisual en 360 grados en video y fotografía digital de alta calidad, tanto terrestres como aéreas.

Los licitadores deberán adquirir el compromiso de adscribir o dedicar a la ejecución del contrato un/a director/a del proyecto con experiencia técnica acreditada de al menos 2 trabajos en proyectos de características similares a la de este contrato.

Lote 2: Servicio de gestión de la campaña de emisión de un spot en Canal Sur Televisión: La empresa deberá tener experiencia en la gestión de publicidad con Canal Sur Televisión de al menos una campaña en los tres últimos años.

Solvencia económica:

Contar con un volumen anual de negocios referido al mejor ejercicio dentro de los tres últimos disponibles por importe igual o superior a una vez y media del valor estimado del lote al que se presente del presente contrato.

La elección de los criterios seleccionados de solvencia viene determinada por la eficacia de la prestación de los servicios.

JUSTIFICACIÓN CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN:

LOTE 1

1. Oferta económica (25 puntos):

Valoración del precio ofertado. El precio ofertado será por la totalidad de prestaciones del contrato y no podrá ser objeto de revisión ni siquiera en caso de prórroga. El precio ofertado no podrá superar el VEC del lote a que se presente y será precio IVA NO INCLUIDO.

2. La organización, cualificación y experiencia del personal adscrito al contrato que vaya a ejecutar el mismo. El órgano de contratación considera que la calidad de dicho personal pueda afectar de manera significativa a su mejor ejecución. Se valora específicamente la experiencia del director del proyecto: Criterios cualitativos (25 puntos):

2.1. Experiencia previa del director del proyecto en trabajos audiovisuales de la misma materia por encima de los 2 trabajos exigidos en el compromiso de adscripción de medios como solvencia técnica. Puntuación 0-15 puntos.

2.2. Experiencia previa del director del proyecto en trabajos en otras herramientas relacionadas con la puesta en valor de productos identitarios. Puntuación 0-10 puntos.

La valoración mediante juicio de valor se divide en dos criterios con los que se valora la coherencia y coordinación de los diferentes elementos de la campaña:

Criterio 1. Adecuación de la identificación y descripción de los elementos identitarios que se proponen para formar parte del spot. 20 puntos.

Criterio 2. Adecuación entre la dinámica del spot y los elementos identitarios. 30 puntos.

La elección de los criterios seleccionados para la adjudicación del servicio viene determinada por la mejora y eficacia de la prestación del mismo, es por ello que se proponen criterios económicos y cuantitativos para lograr una mejor relación coste-eficacia.

Asimismo, por tratarse de un proyecto en el que es especialmente importante atender a la creatividad, originalidad, de poner de manifiesto los valores identificativos del territorio, así como de vincular a la población de la comarca con esos valores y de atraer al público en general, se propone también establecer criterios dirigidos a objetivar el logro estos objetivos intangibles. Para ello, se establece un sistema por el que los miembros de la mesa pueden puntuar una serie de *ítem* con los que prioricen aquellas propuestas que, según sus criterios, mejor se dirigen a conseguir todos esos fines.

LOTE 2

1. Oferta económica, el único criterio es el precio, por tanto, la mesa de adjudicará el contrato a la oferta de precio más bajo.

Se utiliza solo el criterio precio porque no es posible variar el plazo de entrega ni la calidad ni las prestaciones del servicio que se tiene que ceñir a las prescripciones técnicas, siendo el precio el único criterio a tener en cuenta.

Autorizado por el Presidente.

Órgano proponente

Fdo. Miguel Ángel Curiel Reinoso.

Fdo. M<sup>a</sup> Teresa Jiménez Díaz.

Cargo: Presidente

Cargo: Gerente

En fecha: 29/06/2022