



| | |
|---------------------|--|
| Referencia: | 26188/2019 |
| Procedimiento: | Expedientes de contratos de servicios |
| Interesado: | JULIA MARIA PLA MIRO, DIFUSION COMUNICACION INTEGRAL SL , HAVAS MANAGEMENT ESPAÑA SL , TRIBUNAL ADMINISTRATIVO CENTRAL RECURSOS CONTRACTUALES |
| Representante: | MIRIAM CASA CORTES, JORGE BERNABEU JORDA |
| CONTRACTACIÓ | |

ACTA DE DACIÓN DE CUENTA DE LA RESOLUCIÓN DEL TACRC EN RELACIÓN AL RECURSO 376/2020, DACION DE CUENTA DEL INFORME RELATIVO A LOS CRITERIOS DE JUCIOS DE VALOR Y APERTURA DE LA DOCUMENTACIÓN VALORABLE MEDIANTE EL EMPLEO DE CRITERIOS CUANTIFICABLES AUTOMÁTICAMENTE (SOBRE 3), DEL PROCEDIMIENTO ABIERTO TRAMITADO PARA ADJUDICAR “SERVICIOS GESTION, INSERCIÓN, ASESOR, PLANIF.Y SEGUIM. DE DIFUSION CAMPAÑAS PUBLIC. C.1137 LOTE 3”

ASISTENTES:

Presidenta: D^a. Lorena Zamorano Gimeno, Concejal de Contratación

Vocales: D^a. Sonia Ferrero Cots, Secretaria de la Corporación)

D^a. Nuria Aparicio Galbis, Interventora Municipal)

D. Juan González Blanquer, Técnico municipal

Secretaria: D^a. Yolanda Sanjuán Hervás, Administrativa de gestión de Contratación

En Alcoy, a 16 de junio de 2020

Siendo las 12 horas y 10 minutos se constituye la Mesa de Contratación compuesta en la forma anteriormente señalada. Con la asistencia presencial de la Presidenta de la mesa de contratación, Lorena Zamorano, de la secretaria de la Corporación, Sonia Ferrero, el vocal suplente Juan Gonzáles, técnico municipal y de la secretaria de la mesa de contratación, Yolanda Sanjuán Hervás.

La Interventora municipal, Nuria Aparicio Galbis asiste de forma no presencial mediante videollamada a través de la aplicación Cisco Webex Meet.

Por su parte, asisten presencialmente Elisa Guillem del grupo político municipal Compromís, Lirios García del grupo político municipal Partido Popular, Marcos Martínez del grupo político municipal Ciudadanos, Lirios García del grupo Partido Popular y Pablo González del grupo municipal Guanyar Alcoi.



La asistencia técnica presencial durante la celebración de la mesa de contratación se realiza por Jordi Tormo del departamento de informática.

Por último, y de forma presencial, se encuentran Francesc Valls y Luis Molina del departamento de contratación.

Se procede en primer lugar a dar cuenta de la resolución del Tribunal Administrativo Central de Recursos Contractuales, en relación al procedimiento al recurso 376/2020, interpuesto por Dña. Miriam Casa Cortés en representación de Dña. Julia Pla Miró, contra el acto de exclusión acordada por la mesa de contratación de fecha 4/3/2020.

Concluye la resolución desestimando el recurso interpuesto por la recurrente contra el acto de exclusión.

A continuación se da cuenta del informe emitido por el Técnico del Departamento de Cultura de fecha 12/5/2020, relativo a la "Documentación valorable mediante el empleo de criterios que dependen de un juicio de valor (sobre 2)" presentada por el licitador que ha optado al procedimiento de referencia, y que es del siguiente tenor:

*"Visto el expediente de referencia, el/la Técnico que suscribe y en relación al mismo, tiene a bien emitir el siguiente **INFORME**:*

Como preliminar de la valoración, para este informante el formato de la oferta, que materializa su contenido mediante esquema de presentación de diapositivas, sin apenas literatura o mayor argumentación que pueda analizarse con la profundidad deseable, obliga a que su valoración se limite a las percepciones que deja entrever dicha presentación y su grado de detalle ciertamente limitado.

Dicha valoración es la siguiente, atendiendo a los diferentes epígrafes:

M. CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN DEPENDIENTES DE UN JUICIO DE VALOR

Criterio 1. PLAN DE MEDIOS Y MEMORIA EXPLICATIVA (hasta 10 puntos)

1.1 Estrategia y memoria descriptiva (hasta 4 puntos)

Puntuación otorgada: 2 puntos



Valoraciones:

La estrategia que refleja la oferta ofrece acciones de campañas convencionales de soporte publicitario clásico o con inserciones y posibles patrocinios adaptados a los diferentes formatos de los medios, pero en ningún caso indica acciones de potenciación de marcas culturales.

La oferta parece ignorar el recurso a las plataformas comunicativas de las entidades sociales, educativas o ciudadanas cuya actividad cultural es ciertamente relevante en el contexto sociocultural alcoyano, siendo así que gran parte de la actividad cultural de la ciudad tiene a dichas entidades como protagonistas, coorganizadoras, como objetivo preferente, en su condición de cadenas transmisoras a la sociedad en su conjunto, o para sectores específicos que incluso pudieran ser estancos a la publicidad convencional.

1.2 Plan de medios propuesto (hasta 4 puntos)

Puntuación otorgada: 2 puntos

Valoraciones:

El plan de medios explicita fundamentarse en análisis EGM provinciales que dificultan su segmentación para la ciudad de Alcoy y comarca, pese a que posteriormente se tengan en cuenta medios de alcance local y, en menor grado, comarcal. Sin embargo, la referencia a medios alicantinos y provinciales no se completa con otros de ámbito de otras comarcas, externas a la provincia administrativamente pero igual o más próximas en algún caso, no sólo en lo geográfico, sino en lo económico, histórico, lingüístico y social, en el campo del ocio vacacional, de segundas residencias o por el trasvase de poblaciones jóvenes y flujo de estudiantes: Vall d'Albaida, la Safor, la Costera... la misma València metropolitana, sin que tampoco aparezca previsión de medios de ámbito autonómico, singularmente en el campo cultural, pero también en lo relativo a televisión generalista (ni siquiera la pública aPunt). La ausencia de previsiones en cuanto a medios de ámbito autonómico afecta muy singularmente a la campaña de la Mostra de Teatre, que es la feria autonómica del sector y amplía sus objetivos incluso más allá de la Comunitat, pero también a programaciones de gran formato como algunas de las que alberga el Teatre Calderón y eventos de interés turísticocultural, incluyendo los declarados como B.I.C.

Se considera válida, no obstante, la dispersión en cuanto a medios y formatos, así como la concurrencia de soportes.

1.3 Utilización de acciones innovadoras (hasta 2 puntos)



Puntuación otorgada: 0 puntos

Valoraciones:

No se proponen ni explicitan acciones que puedan ser consideradas innovadoras, sin que la mera apelación al uso de redes sociales tenga ya esta consideración.

Así, se echan en falta propuestas de marketing relacional o CRM, básicas en la concepción actual de la difusión y el empoderamiento participativo, como tampoco otras de aprovechamiento de la gran herramienta de feedback que suponen las plataformas de ticketing.

TOTAL PUNTUACIÓN: 4 PUNTOS”

Acto seguido se procede a la apertura de la documentación valorable mediante el empleo de criterios automáticos (sobre 3) presentada por los licitadores que han optado al presente procedimiento, por la funcionaria que actúa como secretaria se da cuenta del contenido de la proposición, ofreciendo el siguiente resultado:

Plica nº 1. Presentada por la mercantil PRÓXIMIA HAVAS, S.L. con CIF B6396826. Presenta para el lote 3 - promoción cultural

CRITERIO 1. Un porcentaje de agencia sobre el importe de facturación: 0 %
(Porcentaje de comisión. No podrá ser superior al tipo (2%))

CRITERIO 2. Descuento sobre los precios en las categorías de prensa, radio, medios digitales y televisión.

| | PRECIO TARIFA | DTO % | PRECIO FINAL |
|-------------|---------------|--------|--------------|
| PRENSA | | 40 % | |
| RADIO | | 60 % | |
| M. DIGITAL | | 60 % | |
| TV | | 30 % | |
| MEDIA TOTAL | | 47,5 % | |



CRITERIO 3. Mejoras en los espacios o campañas sin coste.

1. Tres Publireportajes sin cargo en los medios escritos y digitales en aquellas campañas que puedan aportar un contenido suficiente como para elaborar el publireportaje.
2. Tres Promoción de las campañas en las RRSS de los medios que utilizamos en las campañas, donde se pondrá Información y enlace a la web donde esté recogida toda la Información de la campana si la hubiera.

CRITERIO 4. Tratamiento de anuncios urgentes: Disponibilidad y capacidad de maniobra antes los imprevistos y la inserción o emisión de anuncios urgentes, en un plazo mínimo de 24 horas de antelación: **SÍ OFRECE**

CRITERIO 5. Reducción del plazo de pago a los soportes en los que se haga publicidad (expresado en días y de dos en dos): Siendo el plazo de pago 10 días desde que el Ayuntamiento abone a la Agencia adjudicataria la factura, nos comprometemos a reducir el plazo de pago a los soportes en los que se haga publicidad en **seis días**.

Se dispone que las proposiciones presentadas pasen a informe del Técnico de Cultura, para que lo emita, en base a la cláusula L. (Criterios de adjudicación y su ponderación) del Anexo I al Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares.

Y no habiéndose formulado reclamación de ningún tipo y siendo las 12 horas y 16 minutos, se extiende la presente acta que, tras su lectura, firma la presidenta de lo que, como secretaria, certifico.