



ACTA DE LA MESA DE CONTRATACIÓN PARA LA ADJUDICACIÓN DEL SERVICIO DIRIGIDO A LA COMPRA DE ESPACIOS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA LA DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL DEL AYUNTAMIENTO DE MÉRIDA POR PROCEDIMIENTO DE ADJUDICACIÓN ABIERTO SOMETIDO A REGULACIÓN ARMONIZADA

APERTURA ARCHIVO ELECTRÓNICO C.-

Expediente número: 236CM.22

Fecha y hora de celebración

11 de enero de 2023 a las 11:30

Lugar de celebración

Salón de Plenos municipal

Asistentes

PRESIDENTA

Dña. Carmen de Sande Galán, Jefa de Sección de Contratación y Patrimonio

SECRETARIO

D. Pedro Pilo Cebrián, funcionario Sección de Contratación y Patrimonio

VOCALES

- D. Francisco Javier González Sánchez, Interventor General.
- D. José Ángel Rodríguez Jiménez, titular de la Asesoría Jurídica,
- Dña. Mariola Orrego Torres, asesora jurídica de Contrataciones
- D. Francisco José Pérez Valero, vocal técnico

Orden del día

- 1.- Lectura y aprobación del Acta anterior.
- 2.- Dar cuenta informe valoración oferta técnica criterios de valoración sometidos a juicios de valor.
- 3.- Apertura de Archivo electrónico "C". Oferta económica

Se Expone

- 1.- Lectura y aprobación del acta anterior.

Se expone a la mesa el acta de la sesión anterior, previamente comunicada a los miembros de la misma junto con la convocatoria de la sesión de hoy, para su conocimiento y estudio.

La mesa se da por enterada del acta de la sesión anterior.

- 2.- Dar cuenta informe valoración oferta técnica criterios de valoración sometidos a juicios de valor.



Código de verificación : 1fb2fb23b05682ed



Igualmente se trae a la mesa informe de valoración de la oferta técnica sometida criterios subjetivos de valoración, tal y como indica PCAP; dicho informe está suscrito por el técnico municipal Sr. Pérez Valero, con fecha de firma electrónica 10/01/23, y se envió adjunto a la convocatoria de la sesión de hoy a los miembros de la mesa para su conocimiento y estudio.

La mesa se da por enterada de dicho informe, que se transcribe íntegramente a continuación:

“Expediente número: 236CM.22

SERVICIO DIRIGIDO A LA COMPRA DE ESPACIOS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA LA DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL DEL AYUNTAMIENTO DE MÉRIDA

Informe Valoración Ofertas Técnicas

El informe valora los siguientes elementos sobre la calidad técnica de la oferta en un supuesto práctico de estrategia de comunicación para el evento Emérita Lúdica.

De forma concreta se valora con diez puntos como máximo en cada apartado:

- 1. Estrategia y desarrollo.*
- 2. Target propuesto.*
- 3. Selección de medios y soportes.*

1. Estrategia y desarrollo de la comunicación planteada así como la investigación realizada del mercado publicitario

La casa de la guasa SLU

No realiza estrategia de medios sino planificación de campaña publicitaria. 1 punto.

Gerardo Castillo

No realiza estrategia de medios aunque establece un objetivo de comunicación central que podemos definir como el concepto sobre el que se desarrollará. 5 puntos.

GEXME

No realiza estrategia de medios. 0 puntos.

ÍCARO CONSULTORES EN COMUNICACIÓN, S.L.

Establece y desarrolla una estrategia con objetivos de comunicación y una amplia investigación del mercado publicitario. 10 puntos.

MARÍN PUBLICIDAD

Establece y desarrolla una estrategia con objetivos de comunicación y una amplia investigación del mercado publicitario. 10 puntos.

NF MEDIA

No realiza estrategia de medios sino planificación de campaña publicitaria. 1 punto

SAATCHI

No realiza estrategia de medios sino planificación de campaña publicitaria. 1 punto



Código de verificación : 1fb2fb23b05682ed



2. Target propuesto así como la investigación realizada para su determinación y las fuentes utilizadas en el análisis del mismo

La casa de la guasa SLU

Realiza una correcta investigación para determinar el target de la campaña. 10 puntos

Gerardo Castillo

Propone varios targets de públicos pero no realiza investigación de audiencias ni ofrece fuentes de análisis. 1 punto.

GEXME

Propone varios targets de públicos pero no realiza investigación de audiencias ni ofrece fuentes de análisis. 1 punto.

ÍCARO CONSULTORES EN COMUNICACIÓN, S.L.

Realiza una selección razonada del target, una propuesta basada en investigación y ofrece las fuentes utilizadas. 10 puntos.

MARÍN

Realiza una selección razonada del target, una propuesta basada en investigación y ofrece las fuentes utilizadas. 10 puntos.

NF MEDIA

Realiza una selección razonada del target, una propuesta basada en investigación y ofrece las fuentes utilizadas. 10 puntos.

SAATCHI

Propone varios targets de públicos pero no realiza investigación de audiencias ni ofrece fuentes de análisis. 1 punto.

3. Selección de medios y soportes así como su idoneidad para difusión y comunicación. Se valorarán los distintos soportes utilizados en cuanto a formato y ubicación a fin de obtener máximos niveles de audiencia, notoriedad, cobertura así como la mayor eficacia del mensaje

La casa de la guasa SLU

No selecciona todos los medios que deben ser utilizados para la campaña sino solo prensa regional, radio local, digital nacional y exterior. No justifica las acciones publicitarias y acciones especiales, si se propusieran, y como favorecen a la consecución de los objetivos de medios, (cobertura, audiencia, notoriedad frecuencia, ...). 1 punto.

Gerardo Castillo

Selecciona prensa, radio, televisión regional, redes social y exterior con escasa argumentación para cada una de ellas. El proyecto adolece de otros soportes y formatos. No selecciona todos los medios que deben ser utilizados para la campaña. No justifica las acciones publicitarias y acciones especiales, si se propusieran, y como favorecen a la consecución de los objetivos de medios, (cobertura, audiencia, notoriedad frecuencia, ...). 3 puntos.

GEXME

Selecciona solo prensa regional y radio fórmula. No selecciona todos los medios que deben ser utilizados para la campaña. No justifica las acciones publicitarias y acciones especiales, si se propusieran, y como favorecen a la consecución de los objetivos de medios, (cobertura, audiencia, notoriedad frecuencia, ...). 1 punto.



Código de verificación : 1fb2fb23b05682ed

Para la verificación del siguiente código podrá conectarse a la siguiente dirección
<https://licitacion.merida.es/licitacion/verificadorCopiaAutentica.do?codigoVerificacion=1fb2fb23b05682ed>

Firmado por: PEDRO PILO CEBRIAN
Cargo: Administrativo
Fecha: 12-01-2023 10:07:00

Firmado por: CARMEN DE SANDE GALÁN
Cargo: Jefe de Sección
Fecha: 13-01-2023 17:15:56


ÍCARO CONSULTORES EN COMUNICACIÓN, S.L.

Establece la selección de medios con base a la estrategia de comunicación. Desarrolla una planificación de medios en la que incluye todas las fases de un plan de comunicación. Selecciona todos los medios que deben ser utilizados para la campaña aunque no justifica las acciones publicitarias y acciones especiales, si se propusieran, y como favorecen a la consecución de los objetivos de medios, (cobertura, audiencia, notoriedad frecuencia, ...). 7 puntos.

MARÍN

Establece la selección de medios con base a la estrategia de comunicación. Desarrolla una planificación de medios en la que incluye todas las fases de un plan de comunicación. Selecciona todos los medios que deben ser utilizados para la campaña aunque no justifica las acciones publicitarias y acciones especiales, si se propusieran, y como favorecen a la consecución de los objetivos de medios, (cobertura, audiencia, notoriedad frecuencia, ...). Ofrece un esquema de trabajo preciso y dinámico con todos los componentes necesarios para su puesta en marcha. 10 puntos.

NF MEDIA

Selecciona todos los medios que deben ser utilizados para la campaña aunque no justifica las acciones publicitarias y acciones especiales, si se propusieran, y como favorecen a la consecución de los objetivos de medios, (cobertura, audiencia, notoriedad frecuencia, ...). 5 puntos.

SAATCHI

No selecciona todos los medios que deben ser utilizados para la campaña. No justifica las acciones publicitarias y acciones especiales, si se propusieran, y como favorecen a la consecución de los objetivos de medios, (cobertura, audiencia, notoriedad frecuencia, ...). 1 punto.

TOTAL VALORACIÓN

La casa de la guasa SLU	12 puntos
Gerardo Castillo	9 puntos
GEXME	2 puntos
ÍCARO CONSULTORES EN COMUNICACIÓN, S.L.	27 puntos
MARÍN PUBLICIDAD	30 puntos
NF MEDIA	16 puntos
SAATCHI	3 puntos"

3.- Apertura de Archivo electrónico "C". Oferta económica.

Previa identificación de presidenta y secretario, se procede al descifrado y apertura del archivo electrónico C de las empresas licitadoras. Se hace constar que habiendo sido publicado anuncio de apertura de archivo electrónico en audiencia pública, no asiste público interesado a dicho evento.

A continuación se indican las respectivas ofertas económicas presentadas por los licitadores (importe total IVA incluido, y desglose de base imponible más IVA):

- Gerardo Castillo González: 218.102,50 (180.250,00 + 37.852,50)
- M&C SAATCHI MADRID, S.L.: 217.679,00 (179.900,00 + 37.779,00)



Código de verificación : 1fb2fb23b05682ed



- LA CASA DE LA GUASA SLU: 218.768,00 (180.800,00 + 37.968,00)
- GESTIÓN Y EXCLUSIVAS DE MEDIOS S.L.: 218.405,00 (180.500,00 + 37.905,00)
- MARIN Y ASOCIADOS, S.A.: 181.500,00 (150.000,00 + 31.500,00)
- ÍCARO CONSULTORES EN COMUNICACIÓN, S.L.: 180.290,00 (149.000,00 + 31.290,00)
- NF AGENCIA DE MEDIOS INDEPENDIENTE S.L.U.: 154.394,79 (127.599,00 + 26.795,79)

A la vista de lo anterior, la mesa adopta por unanimidad los siguientes **ACUERDOS**:

PRIMERO: Aprobar el acta de la sesión anterior.

SEGUNDO: Acogerse al informe de valoración referido en el expositivo segundo, adoptando el mismo en toda su extensión y conclusiones.

TERCERO: Dar traslado de las ofertas económicas presentadas por los licitadores en archivo electrónico C al técnico municipal Sr. Pérez Valero y requerir al mismo para que emita informe de valoración final – criterios subjetivos y objetivos - conforme establece el PCAP; dicho informe servirá de base a la mesa de contratación para proponer la correspondiente adjudicación. Con anterioridad, comprobar la existencia o no de ofertas en baja anormal o desproporcionada. Caso de detectar oferta/s en baja anormal o desproporcionada, proceder a dar trámite de audiencia al/los licitador/es incurso/s en baja.

CUARTO: Publicar la presente acta en PCSP y en el Portal de Licitaciones del Excmo. Ayuntamiento de Mérida, condicionando su aprobación a una sesión posterior de la mesa.

Sin más que añadir, por la presidenta se levanta la sesión.
Yo como secretario, certifico con el visto bueno de la presidenta.

Ayuntamiento de Mérida

Plaza de España 1 - 06800 - Mérida (Badajoz)
924 380 106 - contratacion@merida.es - www.merida.es

f



Código de verificación : 1fb2fb23b05682ed

Para la verificación del siguiente código podrá conectarse a la siguiente dirección
<https://licitacion.merida.es/licitacion/verificadorCopiaAutentica.do?codigoVerificacion=1fb2fb23b05682ed>

Firmado por: PEDRO PILO CEBRIAN
Cargo: Administrativo
Fecha: 12-01-2023 10:07:00

Firmado por: CARMEN DE SANDE GALÁN
Cargo: Jefe de Sección
Fecha: 13-01-2023 17:15:56