



## ACTA DE LA MESA DE CONTRATACIÓN

**Expediente de contratación: SERVICIO DE PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN DE SERMUGRAN 2-2024. Dar a conocer las actividades, iniciativas públicas y campañas de concienciación que requieren de un tratamiento comunicativo y publicitario adecuado, contenido y contratación de los soportes.**

### Fecha y hora de celebración:

26 de marzo de 2024 a las 10:15:00

### Lugar de celebración:

Sala de comisiones del Ayuntamiento de Granadilla de Abona

### Asistentes:

D. Marco Antonio Rodríguez Santana, PRESIDENTE

D. Carlos Díaz Hernández, como VOCAL

D. Jose Manuel Luis Pérez, INTERVENTOR AYUNTAMIENTO DE GRANADILLA DE ABONA, como VOCAL

D. Manuel Ortiz Correa, SECRETARIO AYUNTAMIENTO DE GRANADILLA DE ABONA como VOCAL Y SECRETARIO DE LA MESA

### Orden del día:

- 1.- Apertura y calificación administrativa.
- 2.- Apertura criterios basados en juicios de valor.
- 3.- Valoración criterios basados en juicios de valor.
- 4.- Apertura criterios evaluables automáticamente.
- 5.- Valoración criterios evaluables automáticamente.
- 6.- Propuesta adjudicación.

Expediente de contratación 2-2024. Comunicación



**Se Expone:**

1.- Apertura y calificación administrativa

Han concurrido las siguientes empresas:

NIF: B38745865 ASCOMUNICACION Y PUBLICIDAD,S.L. Fecha de presentación: 21 de marzo de 2024 a las 15:46:04

NIF: B38381968 BC Exclusivas de Publicidad, S.L. Fecha de presentación: 22 de marzo de 2024 a las 15:51:06

NIF: B38964243 Juan Lima Cuello radio FM, S.I. Fecha de presentación: 21 de marzo de 2024 a las 12:10:05

Tras la revisión de la documentación aportada por los licitadores la mesa concluye lo siguiente:

Admitir a los siguientes licitadores:

NIF: B38745865 AS Comunicación y Publicidad,S.L.

NIF: B38381968 BC Exclusivas de Publicidad, S.L.

NIF: B38964243 Juan Lima Cuello radio FM, S.I.

2.- Apertura criterios basados en juicios de valor

Se procede a la apertura de los sobres de aquellas empresas que hayan sido admitidas:

La documentación aportada por los licitadores es aportada a los técnicos para su correspondiente evaluación.



3.- Valoración criterios basados en juicios de valor.

Se aporta el informe de la Gerencia donde se detalla lo siguiente:

*Criterios de adjudicación CUALITATIVOS 40 puntos:*

*Para poder expresar una puntuación lo mas objetiva posible se le asignan valores a cada parte de la siguiente forma.*

*Calidad y características del servicio a prestar:*

*1-Plan de marca, plan de gestión 5 puntos*

*2-Estrategia de comunicación alineado con el punto siguiente, incluyendo manual 25 puntos*

*3- Escaleta de acciones y soporte 10 puntos.*

*Se procede a valorar.*

**AS Agencia de Publicidad B38745865** puntuación 23 puntos.

*1. Presenta manual de marca. Completo respetando el modelo actual*

*2. Estrategia de comunicación en publicidad exterior y prensa con varios eslogan. Nos describe con exactitud ni motiva los soportes.*

*3. Escaleta de RRSS.*

*Analizada la oferta resulta ser algo pobre respecto a contenido y estrategia de comunicación puntuando cada apartado.*

*1. 3 puntos*

*2. 15 puntos*

*3.5 puntos*

**Marcha Go B38964243** puntuación 31 puntos.

*1 Manual de marca, se basa en describir logotipo y eslogan. Siendo a este juicio algo pobre en su contenido.*

*2 Estrategia. Establece un plan de comunicación elaborado motivando los medios así como una elaboración detallada en*

*redes. Alinea la estrategia con los resultados esperados.*

*3.Presenta escaleta completa y soporte. Teniendo especial atención a hitos temporales.*

*1. 1 puntos*

*2. 20 puntos*

*3.10 puntos*

**BC Exclusivas Comunicación B38381968** puntuación 34 puntos

*1. Presenta un manual de marca con rediseños, respetando la línea actual, lo que resulta útil para su uso.*

*2.En la estrategia de comunicación se centra en los contenidos de los mensajes alineándose con el soporte.*

*Mostrando ejemplos de los mensajes como se solicita en el pliego. Parte de la oferta son anejos a la misma.*



3. Muestra las acciones motivando claramente los soportes donde se van a utilizar los medios, así como el planteamiento de la inversión en publicidad

1. 4 puntos
2. 20 puntos
- 3.10 puntos

Una vez remitida la información por el equipo técnico, éste ha valorado las proposiciones técnicas de acuerdo a los criterios del PCAP de la siguiente manera:

NIF: B38745865 ASCOMUNICACION Y PUBLICIDAD,S.L.:

- Proyecto Puntuación: 23

NIF: B38381968 BC Exclusivas de Publicidad, S.L.:

- Proyecto Puntuación: 34

NIF: B38964243 Juan Lima Cuello radio FM, S.L.:

- Proyecto Puntuación: 31

4.- Apertura criterios evaluables automáticamente.

Atendiendo lo recogido en el PCAP:

**Criterios económicos (evaluables mediante fórmulas o porcentajes); HASTA 60 PUNTOS:**

<b>CRITERIOS</b>	<b>PUNTUACIÓN</b>
<b>PORCENTAJE DEL IMPORTE DEL CONTRATO QUE SE DESTINARÁ A LA CONTRATACIÓN DE LAS CAMPAÑAS PUBLICITARIAS</b>	<b>48 PUNTOS</b>
<b>INCREMENTOS</b>	<b>12 PUNTOS</b>

**PORCENTAJE DEL IMPORTE DEL CONTRATO QUE SE DESTINARÁ A LA CONTRATACIÓN DE LAS CAMPAÑAS PUBLICITARIAS:** En este criterio se valorará con 1,6 puntos por cada 1 % del importe del contrato que el licitador se comprometa a destinar a la contratación de los espacios publicitarios destinados a promocionar las



diferentes campañas. Únicamente se admitirán las ofertas que supongan una inversión en contratación de espacios de, al menos, un 70 % del importe total del gasto sin IGIC señalado en la cláusula 5 del presente pliego.

**INCREMENTOS:**

*Incremento del número de publicaciones en redes sociales con relación a las mínimas exigidas*

*Incremento de la elaboración de piezas gráficas con relación a los mínimos exigidos*

**Facebook:**

- 3 publicaciones semana: 2 puntos

**Instagram:**

- 3 publicaciones semana: 2 puntos

**Elaboración de piezas gráficas:**

- 3 al mes: 2 puntos

**Exterior en Granadilla: valla publicitaria 8x3 metros / 2 meses**

- 1 valla : 2 puntos
- 2 vallas : 3 puntos

**Exterior en Granadilla: Mupi urbano / 2 meses**

2uds: 2 puntos

3uds. : 3 puntos.



Quedando la puntuación de los tres licitadores de la siguiente manera:

	% destinado a la contratación de las campañas	Puntuación	Incrementos	Puntuación
BC Exclusivas de Publicidad, S.L.	96	41,6	Sí	12
ASCOMUNICACION Y PUBLICIDAD,S.L.	85	24	Sí	12
Juan Lima Cuello radio FM, S.L.	90	32	Sí	12

Todas las empresas ofertan incrementos siendo BC Exclusivas quien oferta mayor incremento del porcentaje en la contratación de campañas.

#### 6.- Propuesta adjudicación: 2-2024 comunicación

De acuerdo a la evaluación de las propuestas aportadas por los licitadores, la mesa concluye la siguiente lista ordenada de manera decreciente de puntuación de acuerdo a las puntuaciones obtenidas por los licitadores en las diferentes fases:

Orden: 1NIF: B38381968 BC Exclusivas de Publicidad, S.L. **Propuesto para la adjudicación**

Total criterios CJV: 34

Total criterios CAF: 53.6

Total puntuación: 87.6

Orden: 2NIF: B38964243 Juan Lima Cuello radio FM, S.L.

Total criterios CJV: 31

Total criterios CAF: 44

Total puntuación: 75

Orden: 3NIF: B38745865 ASCOMUNICACION Y PUBLICIDAD,S.L.

Total criterios CJV: 23

Total criterios CAF: 36

Total puntuación: 59



Yo, como Secretario, certifico con el visto bueno del Presidente:

Manuel Ortiz Correa  
SECRETARIO Y VOCAL

Marcos Antonio Rodríguez Santana.  
PRESIDENTE

D. Carlos Díaz Hernández  
VOCAL

D. Jose Manuel Luis Pérez  
VOCAL

