

Acta d'Obertura Sobre C i Proposta d'Adjudicació

Mitjançant videoconferència, a les 12:08 hores del dia 13 d'abril de 2021, es constitueix la Mesa de Contractació del Consorci de Turisme de Barcelona designada per l'expedient de referència, en sessió pública, per la contractació del servei d'elaboració d'un pla i estratègia de mitjans off i online, la seva implementació i contractació dels diferents suports, canals i mitjans proposats per la campanya de publicitat "Barcelona Com Mai Abans" de Turisme de Barcelona, amb codi d'expedient PO 2021/01, mitjançant procediment obert i amb tramitació ordinària.

La Mesa de Contractació queda vàlidament constituïda per la compareixença dels següents membres:

Presidenta: Sra. Teresa Pérez, Imatge de Marca i Comunicació Corporativa

Secretària vocal Jurídic: Sra. Laura Ares Martínez, Directora de Serveis Jurídics

Vocal econòmic: Sr. David Fernández, àrea d'Operacions (en substitució del Sr. Abel Pérez, Director d'operacions)

Vocal: Sr. David Leánez, Director àrea TIC

Vocal: Sra. Núria Ruiz, Màrqueting digital

Vocal: Sr. Oscar Espuña, Màrqueting digital

Havent estat notificada les empreses licitadores per l'acte d'obertura del sobre C, s'inicia la sessió amb l'assistència de representants d'ambdues empreses, d'una banda, compareixen els Srs. Albert Moix i Pedro Mateo en representació de Dataplanning, i la Sra. Àurea Gómez, en representació de Medialog.

Es recorda que a la reunió de la Mesa de Contractació del 25 de març de 2021 es procedí a l'obertura dels Sobres A i B – Documentació administrativa i documentació relativa als criteris d'adjudicació avaluable en funció d'un judici de valor fent entrega de la documentació tècnica als tècnics de referència.

D'acord amb la documentació facilitada en aquest sobre B, els tècnics determinaren el compliment de les característiques mínimes tècniques, efectuaren valoració subjectiva i emeteren informe en data 7 d'abril de 2021.

En aquest sentit, en data 7 d'abril de 2021 es procedí a fer reunió privada per a la valoració de l'informe tècnic, emetent acta i detallant la puntuació definitiva en relació als criteris avaluable mitjançant judicis de valor. En la citada acta consta el següent resultat:

Criteris de valoració avaluables mitjançant judicis de valor			Datapanning		Medialog	
	P. parcial	Puntuació	P. Parcial	Puntuació	P. Parcial	Puntuació
Eficiència de les inversions: màxim impacte/inversió	Fins a	15		10		13
Difusió, visibilitat, interacció i conversió de resultats de la campanya a través d'una audiència qualificada i segmentada	Fins a	9	6		8	
Nombre de clics cap a la pàgina @visitbarcelona i la comunicació bidireccional	Fins a	6	4		5	
Compliment d'objectius de la campanya	Fins a	14		13		13
Alineament amb el target	Fins a	10		8		9
Plantejament de l'estratègia de mitjans d'acord amb el posicionament que es vol aconseguir		10		7		9
PUNTUACIÓ CRITERIS AVALUABLES MITJANÇANT JUDICIS DE VALOR		49			38	44

No existint consultes per part de les licitadores sobre l'informe tècnic dels criteris subjectius, es procedeix a l'obertura del "Sobre C – Documentació relativa als criteris quantificables de forma automàtica" de l'empresa licitadora, recordant que el present procediment s'incorporen criteris tècnics objectius i l'oferta econòmica.

En relació als criteris tècnics quantificables automàticament, l'apartat H del quadre de característiques del contracte, determina el que segueix:

▪ **Criteris d'adjudicació quantificables de forma automàtica (fins a 51 punts):**

a) *Criteris d'adjudicació tècnics quantificables de forma automàtica (fins a 36 punts):*

- Nombre d'impressions i visualitzacions previstes (fins a un màxim de 20 punts).
- Número de canals i suports multimercat on es publicarà la campanya (fins a 10 punts)
- CTR – Nombre de clics a l'enllaç respecte al nombre d'impressions. (fins a 6 punts)

Els criteris tècnics quantificables automàticament s'avaluaran d'acord amb la següent fórmula:

Fórmula inversa: Obtindrà la màxima puntuació l'oferta amb valor més alt i puntuant-se la resta d'ofertes segons la fórmula següent:

On:

P_x Puntuació del licitador

X_p Oferta del licitador

A Oferta més alta

y Puntuació màxima

$$P_x = (X_p/A) * y$$

b) *Oferta econòmica (Fins a 15 punts):*

En l'oferta econòmica (segons model de l'annex 3 del PCA) s'especificarà el preu unitari diferenciant els preus CPM i CPV únicament a mode informatiu, aplicant-se la fórmula directa detallada a continuació per a l'import global.

El preu d'adjudicació serà el corresponent a l'oferta econòmica global ofert en la present licitació.

Fórmula Directa: Obtindrà la màxima puntuació l'oferta més econòmica/amb valor més baix i puntuant-se la resta d'ofertes segons la fórmula següent:

On:

P_x Puntuació del licitador

A Oferta econòmica més baixa

X_p Oferta Econòmica del licitador

y Puntuació màxima

$$P_x = (A/X_p) * y$$

S'obren els sobres i es comprova que les ofertes econòmiques no incorren en temeritat d'acord amb les regles preestablertes.

Així doncs en aplicació de la fórmula i condicions fixades en l'oferta presentada, el resultat de la valoració econòmica és el següent:

Licitadors	Oferta	Punts obtinguts	% Baixa s/Promig	Baixa Temerària
Dataplanning	139.986,00 €	12,43	--	No
Medialog	116.000,00 €	15,00	--	No

En relació als criteris tècnics quantificables automàticament, les dues empreses han proporcionat resposta, aplicant-se la fórmula inversa detallat al QC del present contracte, resultant la valoració tal com segueix:

- Nombre d'impressions i visualitzacions previstes (fins a un màxim de 20 punts).

Licitadors	Oferta	Punts obtinguts
Dataplanning	32278284	14,86
Medialog	43446932	20,00

- Número de canals i suports multimercat on es publicarà la campanya (fins a 10 punts)

Licitadors	Oferta	Punts obtinguts
Dataplanning	6	8,57
Medialog	7	10,00

- CTR – Nombre de clics a l'enllaç respecte al nombre d'impressions. (fins a 6 punts)

Licitadors	Oferta	Punts obtinguts
Dataplanning	0,15	2,73
Medialog	0,33	6,00

Tenint en compte aquesta puntuació obtinguda, relativa als criteris objectius, sumada a la puntuació del sobre B, resulta el quadre de puntuació total i de classificació següent:

Classificació	Licitadors	Puntuació Doc. Tècnica Subjectiva	Puntuació Doc. Tècnica Objectiva	Puntuació Econòmica	TOTAL PUNTUACIÓ
1	MEDIALOG COMMUNICATIONS, S.L.	44	36	15,00	95,00
2	DATAPLANNING ESPAÑA, S.LU.	38	26,16	12,43	76,59

El resultat s'eleva a l'òrgan de contractació per a la seva conformitat en la proposta següent:

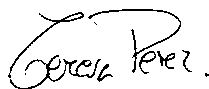
Proposar l'adjudicació del contracte del servei d'elaboració d'un pla i estratègia de mitjans off i online, la seva implementació i contractació dels diferents suports, canals i mitjans proposats per la campanya de publicitat "Barcelona Com Mai Abans" de Turisme de Barcelona, amb codi d'expedient PO 2021/01, a favor de l'empresa **MEDIALOG COMMUNICATIONS, S.L.**, amb NIF B55690879, d'acord amb les característiques tècniques detallades a la seva proposta i un preu d'adjudicació de 116.000,00 euros IVA exclòs (140.360,00 euros IVA inclòs).

I de conformitat amb l'establert al Plec de Clàusules Administratives del contracte, la secretària de la Mesa requerirà a l'empresa proposada per a la presentació de la documentació prèvia a l'adjudicació del contracte.

I sense cap altra qüestió a considerar, sent les 13:00 hores del dia 13 d'abril de 2021, la Presidenta de la Mesa dona per acabada la reunió i perquè quedi constància dels aspectes tractats, s'estén la present acta que romandrà publicada al Perfil del Contractant del Consorci de Turisme de Barcelona dins l'espai de licitació corresponent.

La Presidenta

La secretària



Sra. Teresa Pérez

Sra. Laura Ares Martínez