

TRIBUNAL AMINISTRATIVO DE RECURSOS CONTRACTUALES

RECURSO Nº 3/2018

RESOLUCIÓN Nº 15/2018

**RESOLUCIÓN DEL TRIBUNAL ADMINISTRATIVO DE RECURSOS CONTRACTUALES DEL
AYUNTAMIENTO DE SEVILLA**

En Sevilla, a 29 de mayo de 2018


Visto el recurso especial en materia de contratación interpuesto por D.J.L.S.A, en nombre y representación de la empresa M&C SAATCHI MADRID,S.L., contra el acuerdo adoptado por el Consejo de Administración del Instituto de las Cultura y las Artes de Sevilla, de fecha 16 de febrero de 2018, por el que se adjudica el contrato de “servicios de agencia de publicidad para la planificación y compra de espacios publicitarios en medios de comunicación en el ámbito de la promoción del destino cultural, turístico posicionamiento de imagen de marca de Sevilla, con motivo de la celebración del IV Centenario del nacimiento del pintor Bartolomé Esteban Murillo” (expte 760/2017), promovido por el Instituto de las Cultura y las Artes de Sevilla , este Tribunal ha adoptado la siguiente

RESOLUCIÓN

ANTECEDENTES DE HECHO

PRIMERO.- Por acuerdo del Consejo de Administración del Instituto de la Cultura y las Artes de Sevilla, en adelante ICAS, en sesión celebrada el día 16 de febrero de 2017, se aprobó el gasto, pliegos de prescripciones técnicas y pliegos de cláusulas administrativas de carácter particular para la contratación del “Servicio de agencia de publicidad para la planificación y compra de espacios publicitarios en medios de comunicación en el ámbito de la promoción del destino cultural, turístico posicionamiento de imagen de marca de Sevilla, con motivo de la celebración del IV Centenario del nacimiento del pintor Bartolomé Esteban Murillo”, expediente 760/2017, por valor estimado de 600.000 €.

Dicha licitación fue objeto de publicación en el DOUE con fecha 19 de octubre de 2017, así como en el BOE y el perfil del contratante del Ayuntamiento de Sevilla.

Código Seguro De Verificación:	BZW09LsXrwoXV6nWN+YdVw==	Estado	Fecha y hora	
Firmado Por	Sofía Navarro Roda	Firmado	29/05/2018 14:14:45	
Observaciones		Página	1/13	
Url De Verificación	https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/BZW09LsXrwoXV6nWN+YdVw==			

SEGUNDO.- La licitación se llevó a cabo por el procedimiento abierto conforme a los trámites establecidos en el R/D 3/2011, de 14 de noviembre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de Contratos del Sector Público, en adelante TRLCSP.

TERCERO.- Finalizado el plazo de presentación de ofertas, según consta en diligencia expedida por funcionario del Registro General, concurrieron a la presente licitación, las siguientes empresas:

- ENTUSIASMO Y MUCHO VALOR (NEUROMEDIA)
- ARENA
- GESMEDIA
- AVANTE MEDIOS
- MCSAATCHI
- LABMEDIA


CUARTO.- Con fecha 14 de diciembre, la Mesa de contratación tras proceder al examen de la documentación administrativa contenida en el sobre nº 1, admite a la licitación a todas las empresas presentadas.

QUINTO.- Con fecha 18 de diciembre de 2017, tiene lugar el acto público de apertura del sobre nº 2 (criterios cuya valoración depende de un juicio de valor), remitiéndose la documentación al servicio técnico a fin de que se emitiera correspondiente Informe de valoración. Dicho Informe fue suscrito con fecha 21 de enero de 2018.

Con fecha 25 de enero de 2018, la Mesa de contratación, tras dar cuenta del resultado de la valoración del sobre nº 2, procedió a la apertura del sobre nº 3 (criterios cuya valoración se realiza de forma automática), acordando la remisión de la documentación al servicio técnico para la emisión del informe de valoración de criterios objetivos conforme a lo establecido en Pliegos, y la formulación, tras la suma de criterios subjetivos y objetivos, de la propuesta de clasificación.

Finalmente, la Mesa de contratación, con fecha 1 de febrero de 2018, formula la siguiente propuesta de clasificación de las ofertas por orden decreciente de puntuación:

EMPRESAS	PUNTUACIÓN TÉCNICA (MÁXIMO 40 PUNTOS)	PUNTUACIÓN ECONÓMICA (MÁXIMO 60 PUNTOS)	TOTAL
NEUROMEDIA	40 PUNTOS	52,5216	92,5216
ARENA	20 PUNTOS	56,9653	76,9653
GESMEDIA	20 PUNTOS	52,3044	72,3044
AVANTE MEDIOS	20 PUNTOS	50,3605	70,3605
MCSAATCHI	10 PUNTOS	56,5215	66,5215
LABMEDIA	10 PUNTOS	51,4175	61,4175

Código Seguro De Verificación:	BZW09LsXrwoXV6nWN+YdVw==	Estado	Fecha y hora	
Firmado Por	Sofía Navarro Roda	Firmado	29/05/2018 14:14:45	
Observaciones		Página	2/13	
Url De Verificación	https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/BZW09LsXrwoXV6nWN+YdVw==			

SEXTO.- Con fecha 16 de febrero de 2018, el Consejo de Administración, de acuerdo con la propuesta de clasificación, acordó la adjudicación del presente contrato a la empresa NEUROMEDIA, por importe de 726.000 €.

SEPTIMO.- Contra dicha adjudicación, el representante de la empresa MCSAATCHI, anunció el día 8 de marzo de 2018, al órgano de contratación la intención de interponer recurso especial en materia de contratación. Posteriormente con fecha 8 de marzo de 2018, la citada empresa interpone recurso especial en materia de contratación contra la adjudicación del presente contrato.

OCTAVO.- Con fecha, 14 de marzo de 2018, se recibe en este Tribunal, expediente de contratación, remitido por el ICAS, acompañado del informe al que hace referencia el art. 46.2 del TRLCSP y 28 del R/D 814/2015.

Así mismo, en el expediente remitido se deja constancia de la notificación efectuada con fecha 12 de marzo de 2018 del recurso al resto de entidades licitadoras, en la que se les informa que, disponen de un plazo de 5 días hábiles para formular alegaciones.

Transcurrido el cual no se ha interpuesto alegación alguna.

FUNDAMENTOS DE DERECHO


PRIMERO.- Este Tribunal resulta competente para conocer del presente recurso, de acuerdo con lo dispuesto en el art. 41.3 del TRLCSP y en virtud del acuerdo del Excmo. Ayuntamiento de Sevilla en Pleno de 25 de mayo de 2012, por el que se creó el mismo.

SEGUNDO.- Por lo que se refiere a la legitimación de la entidad recurrente, MCSAATCHI, se encuentra legitimada en los términos del art. 42 del TRLCSP, al tratarse de una entidad participante en el proceso de licitación.

Así mismo, el recurso ha sido interpuesto por persona con poder bastante para representar a la empresa.

TERCERO.- Por lo que se refiere al acto recurrido, siendo éste el acuerdo de adjudicación del un contrato de servicio sujeto a regulación armonizada, se encuentra dentro del ámbito objeto de recurso especial en materia de contratación que prevé el art. 40.2 del TRLCSP.

CUARTO.- En cuanto al plazo de interposición del recurso, conforme a lo dispuesto en el art. 44.2 del TRLCSP, se entiende que el recurso ha sido interpuesto en plazo, habiéndose cumplido con el

Código Seguro De Verificación:	BZW09LsXrwoXV6nWN+YdVw==	Estado	Fecha y hora	
Firmado Por	Sofía Navarro Roda	Firmado	29/05/2018 14:14:45	
Observaciones		Página	3/13	
Url De Verificación	https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/BZW09LsXrwoXV6nWN+YdVw==			

requisito previo de anuncio de interposición del recurso ante el órgano de contratación de acuerdo con el apartado segundo del citado precepto.

QUINTO.- En términos generales, la recurrente en su escrito, viene a impugnar:

Por un lado, **el informe técnico de valoración** del criterio subjetivo: PLAN DE MEDIOS. Concretamente cuestiona la valoración que se le ha otorgado a su propuesta, al entender que en el informe existen errores materiales que suponen una actuación arbitraria por parte de la Administración, referidos a que el informe técnico:

- No ha tenido en cuenta a la hora de valorar el número de oleadas (8) prevista como aspecto en un documento de carácter contractual, como es el Anteproyecto de Medios.
- Ha asignado a su propuesta una valoración baja, al entender, el técnico evaluador que en el desarrollo de su oferta técnica existe un error de planteamiento basado en la contraprestación de Patrocinios, en vez de en la compra publicitaria convencional, que es lo solicitado en los Pliegos como objeto del contrato.


Por otro lado, **la valoración del criterio objetivo**, COMISIÓN DE AGENCIA, considerando que en la asignación de puntuación de este criterio a la oferta de NEUROMEDIA se ha vulnerado la fórmula establecida en el criterio recogido en la cláusula 3 del Anexo I del Pliego de Condiciones Administrativas.

En base a ello, solicita la Revisión de la valoración del informe técnico y de la oferta económica, en el sentido de considerar que su oferta es la más beneficiosa, cumpliéndose de esta forma el principio de actuación de toda Administración pública de servir con objetividad los intereses generales, así como respetar los criterios de adjudicación que rigen el contrato a fin de identificar la oferta más ventajosa.

SEXTO.- Dado que, en el caso que nos ocupa, las discrepancias se producen respecto de aspectos relacionados con la valoración de criterios de adjudicación, antes de entrar a analizar las alegaciones en las que la recurrente concreta los motivos de impugnación, es necesario, reproducir, lo establecido en el pliego respecto a los criterios de valoración objeto de impugnación, de conformidad con lo dispuesto en el art. 145.1 del TRLCSP, habida cuenta que los Pliegos que elabora la Administración y acepta expresamente el licitador al hacer su proposición constituye Ley del contrato y vincula, según la jurisprudencia del TS, tanto a la Administración como a los participantes en la licitación es decir, los Pliegos de Condiciones Administrativas que rigen la presente licitación, se erigen en Lex “contractus” entre las partes.

A este respecto, el Anexo I del PCAP, en el apartado 3 señala:

“ CRITERIOS CUYA VALORACIÓN DEPENDE DE UN JUICIO DE VALOR (a incluir en sobre nº 2): 40 PUNTOS

Código Seguro De Verificación:	BZW09LsXrwoXV6nWN+YdVw==	Estado	Fecha y hora	
Firmado Por	Sofía Navarro Roda	Firmado	29/05/2018 14:14:45	
Observaciones		Página	4/13	
Url De Verificación	https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/BZW09LsXrwoXV6nWN+YdVw==			

Criterio: PLAN DE MEDIOS hasta 40 puntos.

Se valorarán las propuestas que mejor que mejor reflejen las consideraciones indicadas en el pliego de prescripciones técnicas en cuanto a la selección argumentada de soportes, propuesta de formatos y datos técnicos solicitados de acuerdo al siguiente método de valoración:

VALORACIÓN ALTA hasta 40 PUNTOS:

La propuesta contiene una selección de medios y soportes, así como una distribución temporal de la presión publicitaria por oleadas coherente con los objetivos de la campaña. El análisis de medios al target analizado y su grado de afinidad se adapta o mejora las prescripciones de formato y calidad mínimas. Así mismo, tanto la cobertura como la frecuencia y datos GRPS obtienen los mejores resultados de impactos, resultando por tanto la mejor de las ofertas presentadas.

VALORACIÓN MEDIA hasta 20 PUNTOS

La propuesta contiene una selección de medios y soportes coherentes con los objetivos de campaña y el target; sin embargo, presenta óptico general pero este es poco claro, no argumenta bien la selección de datos técnicos en cobertura, frecuencia y GRPS, o su argumentación no resulta plenamente satisfactoria para los mercados en los que la campaña se desarrolla.

VALORACIÓN BAJA hasta 10 PUNTOS:


La selección de soportes se considera argumentado de forma suficiente y aunque presenta óptico-resumen de campaña no optimizan resultados en términos de frecuencia, cobertura y resto de datos técnicos, no se considera adecuada la distribución temporal o lo hace de forma desigual a lo largo del desarrollo de la campaña.

SIN PUNTUACIÓN. No se trata o el tratamiento es completamente erróneo.

Documentación a presentar: Propuesta inicial de Plan de Medios ajustada a las características que se solicitan en el pliego de prescripciones técnicas:

- Selección argumentada de medios y soportes seleccionados.
- Detalle de los formatos propuestos
- Óptico-resumen que refleje las acciones que se realizarán, soportes, número de inserciones, oleadas (1), calendario de campaña, etc.
- Pre-evaluación de resultados previstos: Cobertura en porcentaje y en miles, frecuencia GRPS, OTS para cada medio.

(1) Cada oleada propuesta deberá especificar: el ámbito de cobertura, la intensidad propuesta, los soportes elegidos y los contenidos programáticos previstos. (se adjunta programación temporizada).

Código Seguro De Verificación:	BZW09LsXrwoXV6nWN+YdVw==	Estado	Fecha y hora	
Firmado Por	Sofía Navarro Roda	Firmado	29/05/2018 14:14:45	
Observaciones		Página	5/13	
Url De Verificación	https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/BZW09LsXrwoXV6nWN+YdVw==			

IMPORTANTE: El sobre técnico no podrá incluir ningún dato que desvele la propuesta económica.

De igual forma, y dado que en este criterio señala expresamente que “el Plan de Medios habrán de ajustarse a las características del PPT, es necesario, transcribir lo dispuesto en la cláusula 3 del PPT, en lo referido a las “OLEADAS”, que señala:

“Oleadas previstas:

Debido al largo periodo de actividades previstas, que irán más allá del año, la campaña que se proponga será también larga y sostenida en el tiempo. Éstas podrán ser ajustadas según las necesidades de presión que se estimen y criterio consensuado entre el Ayuntamiento de Sevilla y la empresa adjudicataria. Cada oleada propuesta deberá especificar: el ámbito de cobertura, la intensidad propuesta, los soportes elegidos y los contenidos programáticos previstos.”

CRITERIOS OBJETIVOS EVALUABLES MEDIANTE APLICACIÓN DE FÓRMULAS (a incluir en sobre nº 3): 60 PUNTOS

(...)

B.- Mínima comisión de agencia: **20 puntos.**

Documentación a presentar: *Oferta económica conforme a modelo de Anexo III.*

(...)

B.- La comisión de agencia (20 puntos)


*La comisión de agencia habrá de expresarse obligatoriamente en un único porcentaje para el conjunto de medios. Se otorgará la máxima puntuación (**20 puntos**) al licitador que presente la comisión de agencia más baja, distribuyéndose el resto de puntos de forma proporcional”*

SÉPTIMO.- Invoca la recurrente, como primera alegación que el informe técnico no ha tenido en cuenta a la hora de valorar el Plan de Medios el número de oleadas, concretamente 8, que figura en un documento contractual como es el el Anteproyecto del Plan de medios .

En su escrito señala que “Resulta de vital importancia por lo injustificado e incongruente de la decisión recurrida, que existiendo un Pliego y un Anteproyecto de Plan de Medios que sirve de base para justificar la inversión de la que es objeto esta licitación, en el que se recogen las necesidades de comunicación del año Murillo para justificar dicha inversión, no se valore positivamente en el informe técnico aquellas propuestas que realmente se ajusten a las necesidades de comunicación planteadas en el referido anteproyecto”.

Continúa su exposición, señalando que el Anteproyecto “prevé en su punto 3.3. “ 8 Oleadas como objetivo de cobertura y frecuencia para la comunicación del año Murillo” y que por tanto, cualquier propuesta que no respete ese número quedaría fuera del citado Anteproyecto” añadiendo que “sólo AVANTE MEDIOS, MC SAATCHI y LABMEDIA, ajustaron su propuesta a los requisitos

Código Seguro De Verificación:	BZW09LsXrwoXV6nWN+YdVw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Sofía Navarro Roda	Firmado	29/05/2018 14:14:45
Observaciones		Página	6/13
Url De Verificación	https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/BZW09LsXrwoXV6nWN+YdVw==		



recogidos en el Anteproyecto. A pesar ello, sorprende la buena fe de MCSAATCHI que sea la propuesta de uno de los licitadores que no se ajustan al número de oleadas impuesta por el anteproyecto, NEUROMEDIA no sea penalizada teniéndose su propuesta como “incompleta”, y por el contrario sea valorada con la máxima puntuación”.

De igual forma, manifiesta en su escrito que tampoco existe pronunciamiento en el informe de valoración en relación con la Inversión por ámbitos, aspecto recogido de igual forma en el anteproyecto.

El **órgano de contratación** en su informe sostiene que, el Anteproyecto del plan de medios, aun formando parte del expediente, es un documento que tiene por objeto, justificar el valor estimado del contrato y clarificar el alcance del programa, objetivos que se persiguen, programación en el tiempo, dimensión de las actividades tanto en sus aspectos cualitativos como cuantitativos, a fin de que las empresas conozcan con la mayor exactitud posible el alcance del programa y así poder realizar una óptima estrategia de comunicación.


Así mismo, el órgano de contratación en su informe precisa que la realización de 8 oleadas establecidas en el Anteproyecto, es una mera previsión, así el propio documento señala de forma expresa al respecto que “que se trata de una mera previsión que podrá ser adaptada en el tiempo”.

Visto lo expuesto por las partes, la cuestión de fondo planteada se centra en determinar si las previsiones contenidas en el Anteproyecto de Plan de Medios, como documento integrado en el expediente, debió ser tenido en cuenta por el órgano de contratación a la hora de efectuar su valoración, especialmente por lo que se refiere al número de oleadas.

Como premisa al examen de lo que establecen los Pliegos a este respecto, una vez analizado el Anteproyecto de plan de Medios, este Tribunal, sin cuestionar la importancia que todo documento contractual tiene, comparte lo informado en este sentido por el órgano de contratación, de tal forma que, consideramos que este documento, tiene por objeto justificar el valor estimado del contrato (extremo reconocido por el recurrente en su escrito), así como clarificar el alcance del programa, sus objetivos, etc, conteniendo una serie de previsiones/recomendaciones a las empresas para que realicen su planteamiento, pero que en nada condiciona o determina la valoración del criterio.

Examinada la cláusula del pliego que determina la valoración del Criterio subjetivo, observamos como se determinan de forma clara y detallada, los aspectos que serán tenidos en cuenta en la valoración del Plan de Medios, al señalar “ Se valorará las propuesta que mejor reflejen las consideraciones indicadas en el Pliego de Prescripciones Técnicas, en cuanto a la selección de soportes, propuesta de formatos, y datos técnicos solicitados”. Así mismo, señala que como documentación los licitadores han de presentar un “Plan de medios ajustado a las características solicitadas en el pliego de prescripciones técnicas”, entre las que se recoge “óptico resumen que refleje ... número de oleadas”

A este respecto, la cláusula 3 del Pliego de prescripciones técnicas, en lo referente a la Oleadas, señala que estas “se ajustarán según las necesidades de presión que se estime...”

Código Seguro De Verificación:	BZW09LsXrwoXV6nWN+YdVw==	Estado	Fecha y hora	
Firmado Por	Sofía Navarro Roda	Firmado	29/05/2018 14:14:45	
Observaciones		Página	7/13	
Url De Verificación	https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/BZW09LsXrwoXV6nWN+YdVw==			

Por todo ello, se considera que, el informe técnico, respecto a la valoración de este factor, se ajusta a las indicaciones contenidas en el Pliego, que en ningún caso condiciona la valoración del mismo, a las recomendaciones del Anteproyecto, ni, por tanto, a un número concreto de Oleadas, que haya de ser tenido en cuenta para valorar positiva o negativamente las propuestas.

Por tanto, no cabe entender como sostiene la recurrente que, el informe de valoración adolezca de un error en este sentido, procediéndose a la desestimación de esta alegación.


OCTAVO.- La segunda alegación planteada en el escrito de recurso, manifiesta su disconformidad con la valoración asignada a su propuesta, concretamente, en lo referente a la argumentación contenida en el informe técnico de considerar que la propuesta de la recurrente resulta incompleta al basar el Plan de medios en hipótesis de incierto cumplimiento, supeditados a acuerdos de patrocinios.

En este sentido, la recurrente señala en su escrito que *“la propuesta está absolutamente clara y definida cual sería nuestra apuesta de campaña y como se complementaría con el activo de convenios de medios, por lo que resulta absolutamente injustificado que se valore “negativamente”, como “incompleta”, no sólo el presentar la propuesta de campaña prescrita en el Pliego, sino complementándola con el planteamiento de unos activos existentes como son los convenios de medios”*.

Continua su exposición, señalando que el técnico debió haber solicitado aclaración, ante dicha situación, dado que, por *“ un error a la hora de encuadernar impidió la presentación completa de la propuesta” faltando la Evaluación Completa (campaña más convenios) y la Evaluación Campaña, que formaban parte del documento”*

Finaliza su exposición, cuestionando que determinados aspectos de la propuesta presentada por la empresa que ha resultado adjudicataria hayan sido valorados positivamente, pues a juicio de MC SAATCHI, nada aportan a la campaña y que en algunos supuestos vienen a replicar actuaciones que ya han sido propuestas por la Unidad Administrativa del año Murillo. Todo ello, unido al hecho de que tan sólo contempla una campaña dividida en 4 oleadas, y no en 8 como exige el Proyecto, debió tener como consecuencia una valoración negativa, por incompleta de su propuesta.

El órgano de contratación, por su parte, informa respecto de la valoración otorgada a la recurrente *“...del análisis detallado de la propuesta formulada por la empresa MCSAATCHI, se desprende, a juicio, del funcionario que suscribe, que ello no es así, sino que por el contrario, tal y como se informó por la técnico municipal, la propuesta de plan de medios quedaría incompleta, dado que la misma debe ser necesariamente desprendida de los hipotéticos convenios de patrocinios que la empresa se comprometa a formalizar, en cuanto que los mismos no son objeto de la presente licitación y además, la posibilidad de su formalización es una mera hipótesis de incierto cumplimiento”*.

Código Seguro De Verificación:	BZW09LsXrwoXV6nWN+YdVw==	Estado	Fecha y hora	
Firmado Por	Sofía Navarro Roda	Firmado	29/05/2018 14:14:45	
Observaciones		Página	8/13	
Url De Verificación	https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/BZW09LsXrwoXV6nWN+YdVw==			

Continua, el órgano de contratación, su informe, analizando los aspectos concretos de la propuesta formulada por la recurrente, en lo referente a “Estrategia de medio nacional, Estrategia de medio regional, Estrategia de medio Provincial”, en donde MCSAATCHI, de forma expresa supedita la existencia de estas campañas a la hipotética formalización de convenios, por lo que, a juicio del órgano de contratación *“la propuesta de plan de medios formulada por la empresa es claramente incompleta, dado que, como hemos señalado, aspectos muy relevantes de la propuesta se formulan mediante la articulación de hipotéticos convenios de patrocinio, que no son objeto de la licitación y que podrían o no formalizarse, de tal forma que si nos atenemos a lo ofrecido a través de la compra de espacios (que es lo que se pide en el Pliego), se estarán obviando aspectos fundamentales,..., por tanto, puede afirmarse que la propuesta de plan de medios resulta claramente insuficiente”*

En relación a lo manifestado por la actora, respecto que se le debió haber solicitado una aclaración de la oferta por parte del técnico evaluador, el órgano de contratación, sostiene en su informe que dado que el proyecto se ha presentado como un conjunto en el que se intercalan aspectos que van a ser desarrollados a través de convenios de patrocinios, no resultaría procedente una aclaración de un aspecto de la oferta, sino una reformulación de todo el proyecto, lo cual supondría que dicha aclaración contravendría el principio de transparencia y sobre todo, el de igualdad de trato a los licitadores.


NOVENO.- El informe de valoración técnica de las ofertas, efectúa el siguiente análisis del mencionado criterio de valoración subjetiva recogido en la cláusula 3 del Anexo I del pliego de condiciones administrativas, de la propuesta de MCSAATCHI y de la de NEUROMEDIA:

“MC SAATCHI

Presentan propuesta de Plan de Medios completa en cuanto a epígrafes solicitados, especificando para ello: Introducción, Breve análisis del turismo en Andalucía y Sevilla, Plan de Difusión-objetivos, Análisis del target, Objetivo más consumo de medios, Cómo trabajamos los medios, Planteamiento Estratégico (recomendación), Oleadas, Otras acciones y evaluaciones.

La campaña, en ocho oleadas, contempla inserciones tanto en medios impresos (incluyendo prensa escrita así como suplementos, dominicales y revistas), como televisión, radiofónicas y digitales. Los formatos para cada medio quedan suficientemente especificados y argumentado. Se presenta óptico-resumen completo con acciones detalladas y pre-evaluación de resultados previstos.

Sin embargo, la propuesta presentada está basada, no sólo en la compra publicitaria convencional entendida como Plan de medios (lo solicitado en el Pliego de prescripciones técnicas del concurso), sino que se desarrolla con la premisa de la contraprestación de Patrocinios Publicitarios con medios de Comunicación. Ello determina que al ser acuerdos que el Ayuntamiento podría o no acordar, no pueden ser objetos de valoración en este informe, al estar basados en una hipótesis de incierto cumplimiento, de tal forma, que la propuesta quedaría incompleta en cuanto que la planificación aportada por la empresa adolecería de algunos aspectos relevantes, pudiendo citarse a modo de ejemplo, el supuesto de la participación de

Código Seguro De Verificación:	BZW09LsXrwoXV6nWN+YdVw==	Estado	Fecha y hora	
Firmado Por	Sofía Navarro Roda	Firmado	29/05/2018 14:14:45	
Observaciones		Página	9/13	
Url De Verificación	https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/BZW09LsXrwoXV6nWN+YdVw==			

Canal Sur en la estrategia de medios de ámbito regional, que no podría considerarse confirmada al quedar supeditada esta participación a la hipotética formalización de acuerdos de patrocinio. A ello hay que añadir que los datos presentados a nivel de cobertura, tales como Gpr, Ots...datos quedarían distorsionados, ya que no queda suficientemente aclarado os resultados que se podrían obtener partiendo únicamente de la base de una compra convencional.

Por todo ello, si bien la selección de soportes se considera argumentada, presentando óptico-resumen de campaña, existen aspectos relevantes que no pueden ser objeto de valoración por estar sujetos a hipotéticos acuerdos que podrían o no formalizarse y, por ello, tampoco resulta comprensible la optimización de resultados en términos de frecuencia, cobertura y resto de datos técnicos.

Valoración baja: 10 puntos.

NEUROMEDIA


Presentan propuesta de Plan de Medios completa en cuanto a epígrafes solicitados, especificando para ello: Análisis de la competencia, Análisis del Target, Estrategia de Medios, Selección de Soportes, Plan de Medios, Seguimiento de Campaña, Anexo (presentación de la compañía). Se valora, especialmente, el estudio de la competencia- a manera de reflexión primera- para el desarrollo de la propuesta, viéndose reflejado eventos de similares características tales como: Centenario de Quijote, El Greco, Centenario de Cervantes, Centenario de Santa Teresa y la semana Cervantina, quedando reflejado en cada uno de ellos las partidas de inversión en medios convencionales y el porcentaje de inversión por soportes, según sea la inversión en televisión, revistas, diarios internet, exterior ...

La campaña contempla inserciones tanto en medios impresos (incluyendo prensa escrita así como suplementos, dominicales y revistas), como televisión, radiofónicos y digitales. Los formatos para cada medio quedan suficientemente especificados y argumentados. Se destaca positivamente la estrategia en la revista especializada de arte, contemplando la propuesta, no sólo una mera inserción publicitaria, sino un formato que enriquece la promoción y difusión del evento, como es el contenido editorial cuyo número abril/mayo y junio podría ser exclusivo para Año Murillo. Se presenta óptico resumen con acciones detalladas.

La campaña está dividida en cuatro oleadas y cada una de ellas, lleva insertada los contenidos del programa del Año Murillo, por lo que resulta claro qué contenido será el promocionado en cada una de ellas, según la propuesta.

En definitiva, la propuesta contiene una selección de medios y soportes coherentes, así como una distribución temporal de la presión publicitaria por oleadas coherentes con los objetivos y contenidos programáticos de la campaña y el evento. El análisis de medios al target analizado y su grado de afinidad se adapta, e incluso mejoran a las prescripciones de formato y calidad mínimas. Los datos ofrecidos en cuanto a cobertura, frecuencia y Grps están bien argumentados. Por todo ello, resulta una de las mejores ofertas presentadas.

Valoración alta: 40 puntos.”

Código Seguro De Verificación:	BZW09LsXrwoXV6nWN+YdVw==	Estado	Fecha y hora	
Firmado Por	Sofía Navarro Roda	Firmado	29/05/2018 14:14:45	
Observaciones		Página	10/13	
Url De Verificación	https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/BZW09LsXrwoXV6nWN+YdVw==			

Expuesto lo anterior, procede traer a colación la doctrina consolidada por los diversos tribunales administrativos en relación con la denominada discrecionalidad técnica de la Administración, entre ellas, la Resolución 6/2012 del Tribunal de Recursos Contractuales del Ayuntamiento de Sevilla, las Resoluciones 33/2012, 456/2015, 516/2016 del Tribunal Administrativo Central de Recursos Contractuales. De tal forma que, tratándose de cuestiones que se evalúan aplicando criterios técnicos, el Tribunal no puede corregirlos aplicando criterios jurídicos. Con ello, no se quiere decir que el resultado de esas valoraciones no puedan ser objeto de análisis por parte de los Tribunales, sino que este análisis, en la medida en que entrañe criterios técnicos como es el caso que nos ocupa, debe quedar limitado de forma exclusiva a los aspectos formales de la valoración, tales como las normas de competencia o de procedimiento, o que en la valoración no se hayan aplicado criterios de arbitrariedad o discriminatorios o que finalmente no se haya incurrido en error material al efectuarla.


La resolución 516/2016 del Tribunal Administrativo Central de Recursos Contractuales, entre sus razonamientos señala “ *la función de este Tribunal no es la de suplantar el acierto técnico en la valoración de las propuestas técnicas, sino comprobar que tal valoración se ha ajustado a la legalidad, por ser coherente con los pliegos y la normativa de aplicación, y por ser suficientemente motivada. El recurso se fundamenta sobre lo que son discrepancias en juicios de valor, no de legalidad. No han de coincidir el ofertante y el órgano de contratación sobre qué solución técnica pueda ser mejor*”.

A la vista de ello, la cuestión fundamental que ha de dilucidarse en la presente Resolución es si la valoración de la oferta de la recurrente, se ha efectuado dentro del ámbito de discrecionalidad técnica que, jurisprudencialmente, se reconoce a los órganos técnicos especializados de la Administración o si por el contrario, a la hora de efectuar la citada valoración se ha rebasado aquella esfera, incurriendo en arbitrariedad, ausencia de justificación o error manifiesto, todo ello con arreglo al criterio de valoración subjetiva establecido en el Anexo I del pliego de condiciones administrativas

Si examinamos el Plan de Medios presentado por la recurrente y teniendo en cuenta que el objeto del contrato es la prestación de un servicio de agencia de publicidad que comprende la planificación compra de espacios publicitarios, observamos, como sostiene el órgano de contratación en su informe, que en el citado plan a la hora de desarrollar su contenido (estrategias nacionales, regionales y provinciales, así como las evaluaciones de campañas nacionales, regionales y provinciales), se vinculan las campañas a contraprestaciones referidas a patrocinios, y por tanto, la propuesta presentada resultaría incompleta, no ajustándose en su totalidad al objeto del contrato, ya que se basa en contraprestaciones de incierto cumplimiento.

Así mismo, consideramos que a la vista del Plan presentado por la recurrente, que, en el presente caso no huera quedado justificado, por las razones expuestas en el informe del órgano de contratación, una aclaración por parte del técnico evaluado sin contravenir los principios de igualdad y no discriminación.

Por todo ello, este Tribunal considera que en este supuesto no se ha producido error alguno por parte del técnico evaluado en la aplicación del criterio de valoración.

Código Seguro De Verificación:	BZW09LsXrwoXV6nWN+YdVw==	Estado	Fecha y hora	
Firmado Por	Sofía Navarro Roda	Firmado	29/05/2018 14:14:45	
Observaciones		Página	11/13	
Url De Verificación	https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/BZW09LsXrwoXV6nWN+YdVw==			

Como hemos expuesto en el fundamento octavo, la recurrente en la formulación de la alegación segunda, finaliza su alegato poniendo en cuestión la justificación que el técnico realiza en su informe para asignar la puntuación a la empresa adjudicataria.

A este respecto, si examinamos las consideraciones expuestas acerca de la discrecionalidad técnica, necesariamente hemos de concluir desestimando este alegato formulado por la recurrente que cuestiona la valoración técnica, puesto que, la misma, en referencia al criterio subjetivo que se cuestiona, se basa en apreciaciones puramente técnicas, sin que a la vista del informe de valoración se evidencie existencia de error o arbitrariedad por parte de aquel a la hora de valorar la propuesta de NEUROMEDIA.

UNDÉCIMO.- Como tercera alegación la recurrente impugna la puntuación otorgada a la empresa NEUROMEDIA en lo referente al criterio de valoración objetiva “Comisión de agencia”.


En este sentido, manifiesta que una vez transcrito lo establecido en el Anexo I del Pliego de condiciones administrativas, respecto a este criterio, que *“ De acuerdo con la fórmula para otorgar los puntos en este apartado, que son un máximo de 20 puntos, esta parte desconoce cómo se ha aplicado dicha fórmula, ya que atendiendo a la misma resultaría que NEUROMEDIA hubiese obtenido 0 puntos y no los 19,80 que se le han asignado.*

Por su parte el órgano de contratación , señala en su informe, *“que la valoración otorgada a las empresas es proporcional en función a la baja que ofrecen, otorgando la mayor puntuación a la oferta que presente la mayor baja, distribuyéndose el resto de puntos de forma proporcional (mediante la conversión en términos absolutos), sin que pueda interpretarse, en modo alguno, que aquellas ofertas que no sean las más bajas deban obtener 0 puntos.”*

En este punto, según consta en el expediente de contratación, todas las empresas presentadas a la licitación han ofertado un porcentaje de baja del 0,00%, a excepción de NEUROMEDIA que oferta una baja del 0,01%, por lo que, aplicando la fórmula de asignación establecida en los Pliegos para valorar la ofertas respecto del criterio objetivo, resultaría que, todas las ofertas obtendrían 20 puntos a excepción de NEUROMEDIA que obtendría, 19,80 puntos, en aplicación de una regla de proporcionalidad en valores absolutos, como es una simple simple regla de tres inversa.

Por ello, hemos de concluir que la puntuación otorgada a NEUROMEDIA es conforme al criterio establecido en el Anexo I de Pliego, y por tanto, procede la desestimación de esta alegación.

Por todo lo anterior, este Tribunal:

Código Seguro De Verificación:	BZW09LsXrwoXV6nWN+YdVw==	Estado	Fecha y hora	
Firmado Por	Sofía Navarro Roda	Firmado	29/05/2018 14:14:45	
Observaciones		Página	12/13	
Url De Verificación	https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/BZW09LsXrwoXV6nWN+YdVw==			

RESUELVE

PRIMERO.- Desestimar el recurso interpuesto, por D D.J.LS.A, en nombre y representación de la empresa M&C SAATCHI MADRID,S.L., contra el acuerdo adoptado por el Consejo de Administración del Instituto de las Cultura y las Artes de Sevilla, de fecha 16 de febrero de 2018, por el que se adjudica el contrato de “servicios de agencia de publicidad para la planificación y compra de espacios publicitarios en medios de comunicación en el ámbito de la promoción del destino cultural, turístico posicionamiento de imagen de marca de Sevilla, con motivo de la celebración del IV Centenario del nacimiento del pintor Bartolomé Esteban Murillo” (expte 760/2017), por lo motivos y argumentos indicados en los fundamentos de derecho de la presente Resolución.


SEGUNDO.- Levantar la suspensión de procedimiento de contratación de conformidad con lo dispuesto en el artículo 45 del TRLCSP

TERCERO.- Declarar que no se aprecia temeridad o mala fe en la interposición del recurso, por lo que no procede la imposición de multa en los términos previstos en el artículo art. 47 TRLCSP..

Esta resolución es definitiva en vía administrativa y contra la misma sólo cabrá la interposición de recurso contencioso-administrativo ante la Sala de lo Contencioso-Administrativo del Tribunal Superior de Justicia de Andalucía, en el plazo de dos meses a contar desde el día siguiente a la recepción de su notificación, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 10.1 letra K) y 46.1 de la Ley 29/1998, de 13 de julio, Reguladora de la Jurisdicción Contencioso- Administrativa.

LA TITULAR DEL TRIBUNAL DE
RECURSOS CONTRACTUALES

Fdo. Sofía Navarro Roda

Código Seguro De Verificación:	BZW09LsXrwoXV6nWN+YdVw==	Estado	Fecha y hora	
Firmado Por	Sofía Navarro Roda	Firmado	29/05/2018 14:14:45	
Observaciones		Página	13/13	
Url De Verificación	https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/BZW09LsXrwoXV6nWN+YdVw==			