



ACTA MESA DE CONTRATACIÓN

Siendo las 14.30 horas, del día 28 de abril de 2015, se reúne en la Sala de Comisiones de la Casa Consistorial, 2º planta, la Mesa de Contratación del **Servicio de Coordinación y Gestión de actividades del Museo del Toro**, por procedimiento abierto, con la asistencia de los miembros que a continuación se indican:

- D^a. Mercedes Cantalapiedra Álvarez, Presidenta de la FMC y de la Mesa de Contratación.
- D. José M^a Viteri Arrarte, Gerente de la FMC.
- D. Amador Martín Alonso, en sustitución del Interventor Delegado de la FMC.
- D^a. Ana Isabel Mellado Fraile, Jefa de la Secretaría Ejecutiva del Área de Cultura.
- D^a Mónica Lorenzo Fernández, Técnico Jurídico de la FMC y Secretaria de la Mesa.

Seguidamente se procede a la lectura de las **puntuaciones del informe de valoración del Sobre nº 2** que contiene la documentación técnica relativa a la propuesta de criterios evaluables mediante juicio de valor (letra H.3 del cuadro de características del pliego de cláusulas administrativas particulares de la contratación) de los contratistas presentados a la licitación: EVENTO ORGANIZACIÓN DE SERVICIOS PLENOS, S.L; y AVANZA EXTERNALIZACIÓN DE SERVICIOS S.A, otorgándose las siguientes puntuaciones totales en este criterio:

- EVENTO ORGANIZACIÓN DE SERVICIOS PLENOS, S.L: 36 puntos.
- AVANZA EXTERNALIZACIÓN DE SERVICIOS S.A: 10 puntos

Resultando que únicamente EVENTO ORGANIZACIÓN DE SERVICIOS PLENOS, S.L supera el umbral mínimo de puntuación del 50% de la ponderación total de los criterios no económicos (40 puntos) establecido en la letra H del cuadro de características del pliego de cláusulas administrativas particulares del contrato, de tal modo que al no cumplir este umbral la empresa AVANZA EXTERNALIZACIÓN DE SERVICIOS S.A, no puede continuar en el procedimiento selectivo, resultando excluida automáticamente.

A continuación, se realiza la **apertura del Sobre nº 3** que contiene la oferta económica presentada por la única empresa que continúa en el procedimiento de contratación, con los siguientes resultados:

- **EVENTO ORGANIZACIÓN DE SERVICIOS PLENOS, S.L:**
 - Precio anual: 36.996 € (sin IVA)

Resultando que el precio ofrecido es válido al no superar el presupuesto base de licitación establecido en la letra B del cuadro de características del pliego de cláusulas administrativas particulares de la contratación (37.190,08 €, sin IVA).

Resultando que conforme lo dispuesto en letra H.1 del cuadro de características del pliego de cláusulas administrativas particulares del contrato, el menor precio ofertado sobre el precio tipo de cada apartado será valorado con la máxima puntuación establecida para este subcriterio (precio: valoración hasta 60 puntos), por lo que le correspondería una puntuación de 60 puntos en el criterio del precio.

Considerando que una vez efectuada la valoración global de todos los criterios de adjudicación establecidos en la letra H del cuadro de características del pliego de cláusulas administrativas particulares del contrato, sin necesidad de elaborar más informes de valoración dado que solo permanece una única proposición y ésta cumple con los requisitos del pliego de cláusulas del contrato, se acuerda por la Mesa de Contratación se eleve sin más trámites al órgano de contratación propuesta de adjudicación del contrato a favor de la empresa **EVENTO ORGANIZACIÓN DE SERVICIOS PLENOS, S.L.**

Siendo las 14.35 horas, concluye la reunión levantándose la presente acta.



LA PRESIDENTA

Mercedes Cantalapiedra Álvarez



LA SECRETARIA

Mónica Lorenzo Fernández



INFORME DE VALORACIÓN DE LA DOCUMENTACIÓN TÉCNICA REFERIDA A LOS CRITERIOS EVALUABLES MEDIANTE JUICIO DE VALOR DEL SERVICIO DE COORDINACIÓN Y GESTIÓN DE LAS ACTIVIDADES DEL «MUSEO DEL TORO»

H.3. Criterios evaluables mediante juicio de valor. Valoración hasta: 40 puntos.

EMPRESA: EVENTO ORGANIZACIÓN DE SERVICIOS PLENOS S.L.

Valoración general

La empresa presenta un proyecto con actividades y medidas concebidas y desarrolladas para el Museo del Toro, siguiendo las especificaciones del pliego de prescripciones técnicas, y describiendo las inversiones que realizará en caso de concesión. Se trata de un proyecto de alta calidad y con un gran conocimiento de los museos temáticos dirigidos a públicos específicos.

1. Programa educativo. Se valorará la cantidad y calidad de actividades educativas, tanto dirigidas a público infantil y juvenil, cuanto a colectivos de adultos y tercera edad. Se valorará de 0 a 15 puntos.

La empresa aporta el programa educativo completo de la visita comentada tanto al museo como a la plaza de toros y el programa completo de talleres a desarrollar, con títulos, temas, temporalización, público objetivo, metodología y materiales. El programa de actividades educativas está dividido en visitas dialogadas para grupos de secundaria, visitas para todos los públicos, visitas taller para escolares y talleres de fin de semana para grupos familiares.

Se trata de una información de alto valor, pues permite valorar el conocimiento detallado del programa museológico y museográfico del museo. Por último, la empresa presenta un sistema de atención a la diversidad que complementa lo anterior y puede permitir la ampliación de los públicos a captar. La empresa propone además un completo programa de formación, adaptado a los aspectos de atención al público y mejora de las capacidades didácticas.

Se valora con 13 puntos

2. Actividades promocionales del Museo, tales como campañas de publicidad convencional, promoción en redes sociales, realización de una página web propia, etc. Se valorará de 0 a 15 puntos.

La empresa presenta un programa de actividades promocionales organizado en apartados: campañas de publicidad y sistema de captación de grupos y sinergias.

Respecto a las campañas de publicidad, establece 12 acciones. En el ámbito de las redes sociales describe la estrategia, contenidos y los diseños finales. En segundo lugar, propone boletín electrónico, incluyendo la descripción del programa de gestión a utilizar, contenidos y diseños finales. En tercer lugar, la empresa propone la introducción de códigos QR para la digitalización de los contenidos. En cuarto lugar, describe la Web Site que desarrollaría, centrándose en especial en los aspectos de alcance técnico.

Los siguientes apartados, cartelería, flyer, talleres, banderola, entradas gratuitas, entremés, faldón en televisión, cuñas en radio y publicidad en Semana Santa están dedicados a diseños finales de diversas acciones promocionales. En especial, es de destacar la contratación de publicidad en radio y televisión, la inserción de publicidad en revistas y la utilización promocional de entradas, todas ellas con cargo a la empresa.

En el aspecto de captación de grupos y sinergias, propone la habilitación de un teléfono 902 de información, el aumento del número de visitas de promoción en centros escolares y la puesta en marcha del Aula Cultural del Toro. Atención Telefónica. La empresa aporta un número de atención telefónica 902, y establece un sistema de comunicaciones urgentes. Describe igualmente las funciones y los flujos de información, incluyendo la coordinación y uso con las herramientas de reserva que describieron en apartados anteriores. Igualmente, la empresa propone una hoja de sugerencias de gestión online de ideas del público de gran interés para la mejora continua del servicio

Se valora con 14 puntos

3. Actividades complementarias previstas a realizar en el Museo, tales como conferencias, charlas, presentaciones de libros en el ámbito taurino y otras actividades especiales. Se valorará el número de actividades y su calidad. Se valorará de 0 a 10 puntos.

La empresa presenta un programa de actividades compuesta por cuatro subprogramas: actividades y charlas, desde conferencias a ciclos de cines o ciclos culturales, presentaciones de libros, entregas de premios y ruedas de prensa, exposiciones temporales y por último, la mejora de la exposición permanente del museo. Medios Técnicos. Para el desarrollo de dichos programas, la empresa presenta una descripción de los medios audiovisuales, incluyendo número, modelo, ficha técnica e imagen de los mismos. Se describen así ordenadores portátiles, impresora y tabletas digitales.

El programa de exposiciones temporales incluye los criterios de selección y los medios de difusión. Se trata de una propuesta que complementa la exposición permanente del museo y puede permitir la rotación de públicos. Respecto a la mejora de la exposición permanente, la empresa aporta las siguientes mejoras: 2 carteles enmarcados de las ferias de Valladolid 1986, 1987, una vitrina completa dedicada a las peñas taurinas, varios libros y un cartel del 1894 de Medina de Rio seco. Aporta efectos de interés documental como billetes, catálogos, revistas y entradas de valor histórico.

En segundo lugar, se compromete a aportar una colección de efectos de utilero de torero, como castañeta, vaso de plata, capilla religiosa, esportón y ayuda de espada. También aporta efectos de torero como 2 pares de banderillas, puntilla, monteras, silla sevillana, garrocha, 2 pares de zapatillas, montura vaquera, capote de paseo grana, capote de paseo blanco, muleta, capote, hierros de ganaderías de Valladolid, hierro con palo para el marcaje, 4 trajes de luces, grana, blanco, azul y fusía y mantón de Manila. Respecto a los contenidos referidos a ganaderías, aporta libros de ganaderías, 3 divisas, una pica con divisa, una caja de montera y otros.

El conjunto supone una mejora de las condiciones del museo y posee un interesante valor económico.

Se valora con 9 puntos

PUNTUACIÓN FINAL: 36 puntos



EMPRESA: AVANZA EXTERNALIZACIÓN DE SERVICIOS S.A.

Valoración general

La empresa presenta una oferta técnica no adaptada al servicio motivo del contrato y fundamentada en otros museos para los que presta servicio, de tamaño, temática y características muy diferentes al Museo del Toro y de muy difícil adaptación al mismo. Incluye un historial de servicios y certificados de buena ejecución que no procede incluir en este apartado, por formar parte de la documentación preceptiva para la justificación de la solvencia técnica. Por último, la mayor parte de la oferta técnica consiste en documentos genéricos sobre gestión de personal que no responde a los criterios de valoración especificados en el pliego de prescripciones técnicas.

1. Programa educativo. Se valorará la cantidad y calidad de actividades educativas, tanto dirigidas a público infantil y juvenil, cuanto a colectivos de adultos y tercera edad. Se valorará de 0 a 15 puntos.

La empresa presenta un programa de actividades compuesta por talleres de facepainting, un taller de máscaras y un taller animales de campo. Se tratan de tres actividades que permiten adaptarse a la estrategia del museo del toro, pero carentes de una estrategia de adaptación a diferentes tipos de público. Se trata de una propuesta de escasa entidad para cumplir los requerimientos del museo. No presenta propuestas referidas a las diferentes tipologías de visitantes del museo.

La empresa incluye Plan de formación de gran calidad, con múltiples opciones de desarrollo y un sistema de trabajo online de gran utilidad para el servicio.

Se valora con 3 puntos.

2. Actividades promocionales del Museo, tales como campañas de publicidad convencional, promoción en redes sociales, realización de una página web propia, etc. Se valorará de 0 a 15 puntos.

Respecto a campañas de publicidad y captación de públicos propone el envío mensual de news letter informativo, presentando como modelo un ejemplo de gran calidad de un centro comercial. Desarrollo de una aplicación informática para el servicio de coordinación y gestión del museo del toro. Se describe de forma detallada y se adapta su funcionamiento a las características del Museo del Toro.

La propuesta contiene carencias y es insuficiente para el desarrollo de la actividad del museo.

Se valora con 3 puntos

3. Actividades complementarias previstas a realizar en el Museo, tales como conferencias, charlas, presentaciones de libros en el ámbito taurino y otras actividades especiales. Se valorará el número de actividades y su calidad. Se valorará de 0 a 10 puntos.

La empresa propone desarrollar un programa en torno a tres nichos: el cultural, el gastronómico y el antropológico. No realiza una propuesta concreta de programación y temática, describiendo únicamente las intenciones del programa de actividades. En algún caso, las propuestas superan las atribuciones del contrato, como la propuesta de establecimiento de colaboración con el Museo Etnográfico de Zamora o con la red de museos provinciales de Valladolid.

La empresa propone la aportación de un equipo de creativos para el desarrollo de actividades específicas, pero no describe su composición, sistema de trabajo o tiempo de dedicación. Igualmente, no aporta ejemplos prácticos que permita evaluar en el presente informe la calidad de sus propuestas.

Se valora con 4 puntos

PUNTUACIÓN FINAL: 10 puntos

Técnico de Museos y Exposiciones

Juan González-Posada

