



EXPEDIENTE DE CONTRATACIÓN: **93/17**

TIPO DE CONTRATO: **Servicios. Procedimiento abierto con varios criterios de adjudicación.**

OBJETO: **Servicio periodístico para la realización de la programación de informativos y de entretenimiento de la emisora municipal y la redacción, fotografía y maquetación de la revista municipal**

ÓRGANO DE CONTRATACIÓN: **El Teniente de Alcalde delegado de Servicios Generales, por Decreto de Alcaldía de fecha 9 de febrero de 2017.**

Acta estudio valoración sobre 4 y acto público apertura sobres 2 y 3

MESA DE CONTRATACION

Asistentes:

Presidente: D. Andrés Serra Martínez, Teniente de Alcalde delegado.	Calvià, 28 de septiembre de 2017
Vocal de la Intervención: Dña. Joana Martí Pujol, por delegación del Interventor Accidental	Siendo las 9:39 horas, se reúnen en la Casa Consistorial, C/ Julià Bujosa Sans, Batle,1, los miembros de la Mesa de Contratación de la licitación de referencia, al margen relacionados.
Vocal: D. Juan Castañer Alemany, Secretario Accidental	
Vocal: Dña. Catalina Morro Pastor, por delegación de la Jefa del Servicio de Aprovisionamiento y Contratación	
Vocal: Dña M ^a Antonia Ferragut Carreño, Jefa de la Sección de Comunicaciones.	
Secretaria: Dña. Ramona Monedero Martínez.	

La reunión tiene por objeto tratar los asuntos del orden del día de la convocatoria.

1) Aprobar el acta de la reunión anterior de fecha 12 de septiembre de 2017

La Mesa aprueba el acta de la reunión de fecha 12 de septiembre de 2017 de "Apertura sobres nº 4"

2) Estudio del informe de valoración sobre 4

La Mesa de Contratación procede al estudio del informe de fecha 22 de septiembre de 2017 emitido por la Jefa de Sección de Comunicaciones, en el cual se aplican los criterios de adjudicación evaluables mediante un juicio de valor previstos en el apartado "B" del cuadro de criterios de adjudicación del contrato, con el siguiente resultado:

Número	Licitador	Puntuación sobre 4
1	Capalluch, S.L.	0
2	Publicom Marketing 2000, S.L.	33

3	Dkans Pensant Produccions, S.L.	20
4	Associació Ona Mediterrànea	23
5	Catorceno Produccions, S.L.	36

No se transcriben las puntuaciones parciales al quedar dicho informe incorporado como anexo a la presente acta.

3) Acto público apertura de las proposiciones económicas (sobre 2) y de las proposiciones técnicas relativas a criterios evaluables mediante fórmula (sobre 3)

Previo anuncio público del acto, para que pueda ser presenciado por quien esté interesado, se inicia con la lectura del anuncio de la licitación. Asiste público al acto, firmando el correspondiente formulario de comparecencia, que se adjunta como anexo a la presente acta.

A continuación la Secretaria de la Mesa da cuenta del resultado de la evaluación relativa a los criterios de adjudicación del contrato que no son evaluables de forma automática.

Antes de la apertura de la primera proposición se invita a los asistentes a que formulen las observaciones que estimen oportunas, sin que se produzca ninguna.

Se procede por el Presidente a la apertura de los sobres nº 2 que contienen las proposiciones económicas y a la lectura de las proposiciones formuladas por los licitadores y de los sobres nº 3 que contienen la documentación relativa a los criterios de adjudicación evaluables de forma automática, dando lectura a la relación de los documentos aportados. Se obtienen las siguientes proposiciones:

Nº Plica	Licitadores	Oferta económica, IVA excluido	Mejora 1 (aumento nº horas programación)	Mejora 3 (Presupuesto inversión material técnico)	Mejora 4 (programas en inglés y/o alemán)
1	Capalluch, S.L.	206.267,17 € €1191	Presenta en sobre número 3 la documentación que debía incluir en sobre nº 4.		
2	Publicom Marketing 2000, S.L.	187.000,00 €	10 horas más semanales	400 euros más IVA, mensuales	No ofrece
3	Dkans Pensant Produccions, S.L.	195.000,00 €	14 horas más semanales	1.600 euros	1 programa diario, de lunes a viernes, de 1 hora de duración, en cada uno de los dos idiomas.
	Associació Ona Mediterrànea	205.022,53 €	7,5 horas diarias	5.750,00 €	4 horas semanales alemán
5	Catorceno Produccions, S.L.	198.347,11 €	Presenta un dossier extenso que se pasa a informe técnico para análisis y comprobación de su oferta relativa a criterios de mejoras evaluables mediante fórmula.		



Concluida la apertura de proposiciones la Mesa acuerda dar traslado de la documentación al Servicio de Comunicaciones a los efectos de que por parte de dicho Servicio se emita informe relativo a la valoración de las ofertas resultantes de la aplicación de las fórmulas establecidas en los Pliegos. La Sra. M^a Antonia Ferragut Carreño presente en el acto, se hace cargo de dicha documentación.

Teniendo en cuenta todo lo expuesto, la/el presidenta/e da el acto por finalizado y, en este estado y sin que haya habido ninguna reclamación, se levanta la sesión siendo las 9:57 horas. De todo ello extendiendo, como Secretaria, la presente acta.

La Secretaria de la Mesa

V^o B^o
El Presidente

Documentos que acompañan al acta para su publicación: Informe técnico de fecha 22 de septiembre de 2017



INFORME TÈCNIC

Criteris valoració sobre 4 per a la contractació del servei periodístic per a la realització de la programació d'informatius i d'entreteniment a l'Emissora municipal i redacció, fotografia i maquetació de la revista municipal.

ÀREA/SERVEI: Comunicació.

Aquest informe es refereix als criteris avaluable mitjançant judici de valor.

S'han presentat quatre empreses:

Capalluch S.L

Publicom marketing 2000, S.L

Dkans produccions, S.L.

Associació Ona Mediterrània

Catroceno Produccions, S.L

Mirant els projectes ens trobam que Capalluch S.L. Presenta com a proposició Tècnica relativa als criteris avaluable mitjançant judici de valor un llistat de equipaments tècnics per contribuir a la millora de la producció i les seves emissions, per la qual cosa no podem valorar aquesta empresa.

A les hores hem tengut en compta a l'informe les altres 4 empreses que presenten proposta tècnica relativa als criteris avaluable mitjançant judici de valor que son:

Publicom marketing 2000, S.L

Dkans produccions, S.L.

Associació Ona Mediterrània

Catroceno Produccions, S.L

1.- ADEQUACIÓ DE LA PROPOSTA TÈCNICA ALS OBJECTIUS INDICATS I EN ESPECIAL REFERIDES A A CLÀUSULA 5A DEL PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNiques.

Puntuació màxima: 10

En quant a l'adequació de la proposta tècnica als objectius indicats i en especial referides a la clàusula 5a del plec de prescripcions tècniques. Totes les propostes han utilitzat tal com es demanava el guió de la clàusula 5a.

Encara que a la majoria de projectes ha faltat concreció, detall i descripció de com es duran a terme els aspectes tècnics del projecte, per la qual cosa hi ha apartats que no s'han pogut valorar, sobre tot els que en alguns casos utilitzen termes com es pactarà amb la direcció o es garantirà, sense descriure de quina manera es farà.

En general han parlat poc de la revista.

Volem remarcar que s'indicava expressament que si els licitadors no indicaven de manera concreta, detallada i descriptiva com anaven a realitzar els aspectes tècnics dels projecte no podrien esser valorats.

En qualsevol cas consideram que:

Publicom Marketing S.L ha presentat un projecte interessant amb presencia a les xarxes socials i les noves tecnologies (web , reforç APP) i donant molta importància als informatius locals i a la

proximitat. És qui més a filat el detall i descrit amb més concreció les seves actuacions, essent per tant el projecte més clar, concret detallat i descriptiu. També ha especial menció a la revista amb propostes de millora.

Puntuació: 10

Catorceno produccions SL ha presentat un projecte que en quant a metodologia, originalitat i frescura és el projecte que consideram més innovador. És l'únic que a més parla d'indicadors de seguiment i avaluació de les activitats. Basa la metodologia en la importància de la dinamització de la ràdio mitjançant les noves tecnologies, les xarxes socials i la web com a via important de promoció i difusió dels continguts, amb una programació conduïda de manera dinàmica i original. Posa l'èmfasi amb els professionals i en la motivació de l'equip. Ambdues coses és consideren prou importants. També és el projecte que presenta un equip professional més ampli i polivalent. També parla de redisseny de la revista i de les xarxes. De les noves audiències donant especial suporta al joves amb les noves tecnologies.

En quant a les actuacions previstes per aconseguir els objectius resulten molt interessants encara que algunes no acaben de concretar-se clarament.

Proposen un redisseny de la revista i de les xarxes i una web 2.0 amb interacció amb les xarxes socials amb servei de ràdio on line a la carta i ràdio amb tecnologia RSS a la vista, així com una unitat mòbil per fer exteriors.

Ha treballat poc l'apartat de memòria d'activitats i les propostes de coordinació amb la direcció. Per altra banda en general li ha faltat concreció i detall en alguns apartats.

Puntuació: 9

Associació Ona Mediterrània No concreta molt en la metodologia.

Centra la proximitat com un dels aspectes essencials obrint la ràdio als diferents sectors sociològics integrants de la població calvianera, com per exemple els residents estranger; associacions; jovent i gent gran. A l'hora de descriure les actuacions previstes per assolir els objectius parlen, per exemple de treballar en la implicació de diferents departaments de garantir, de proposar, però no concreta com s'implicarà, com es garantirà,... ni quines actuacions es duran a terme per aconseguir-ho. Ha basat el seu projecte en una programació continuïsta amb programes que ja s'estan duent a terme però manquen noves propostes i innovació. Concreta bastant bé els segments de població en els que incidiran, encara que finalment parlen de propostes de programes concrets adreçats al tipus de perfil (alguns d'ells amb programes que ja s'estan duent a terme) però no avancen de quina manera arribaran a que aquets perfils per que s'impliquin com oients i com aconseguiran seva fidelització. No treballat gaire les noves tecnologies ni el pla de xarxes socials i els seus seguidors.

Proposen emetre en vídeo strimig, la qual cosa aportar valor al projecte.

Deixa a l'aire moltes propostes i actuacions pendents del criteri de la direcció quan el que es demana son aquestes propostes concretes.

Dedica un espai a la revista i proposa algunes millores i accions interessants per interrelacionar ràdio revista.

Puntuació: 7

Dkans produccions, S.L. No descriu cap tipus de metodologia, ni concreta cap actuació per assolir els objectius limitant-se a enumerar algunes actuacions que en el plec se pressuposen com a obligacions. Proposen una ràdio de proximitat que aposta per donar veu als col·lectius específics i per ampliar el tractament de la cultura. Resulta interessant la seva proposta de incidència en el segments de població i la proposta de programació adreçada a cada un d'ells



bastant detallada. Aporta poques propostes relacionades amb les noves tecnologies i les xarxes socials i la seva dinamització. No fa menció especial a la revista.

Puntuació: 6

2. LA GRAELLA DE PROGRAMACIÓ EN HORARI D'EMISSIÓ EN DIRECTE

Puntuació màxima: 6

Publicom Marketing S.L presenta una graella de programació en horari d'emissió en directe amb una temàtica de 9 a 14,30 h basada sobretot en la informació, el magazín i l'esport, incloen tertúlies i entrevistes. Amplia la programació en directe mati i horabaixa fins les 19h.

Puntuació: 4

Catorceno produccions SL presenta graella de programació en horari d'emissió en directe que amb una temàtica de 9 a 14,30 h basada sobretot en la informació, el magazín i l'esport incloent tertúlies i entrevistes. Amplia la programació en directe el matí completa programació en directe l'horabaixa de dilluns a divendres de fins 22 h.

Puntuació: 6

Associació Ona Mediterrània presenta una graella de programació en horari d'emissió en directe amb una temàtica de 9 a 14,30 h basada sobretot en la informació, el magazín i l'esport, incloent les tertúlies i entrevistes. Amplia la programació en directe de dilluns a divendres fins les 17 h.

Puntuació: 3

Dkans produccions, S.L. presenta una graella de programació en horari d'emissió en directe amb una temàtica de 9 a 14,30 h basada sobretot en la informació, el magazín i l'esport, incloent les tertúlies i entrevistes. Programació en directe en horari d'horabaixa de 17 a 19h de dilluns a dijous i el dissabte al matí de 10 a 13 i de 17 a 20 h.

Puntuació: 5

3. LA GRAELLA DE PROGRAMACIÓ FORA HORARI PREDETERMINAT

Puntuació màxima: 4

Publicom Marketing S.L presenta una graella de programació fora de l'horari predeterminat basat en la seva majoria en connexions en col·laboradors i musica fins a les 22 h. de dilluns a divendres. Amplia la programació amb extra matinal, extra informatiu i l'horabaixa extra dedicat als calvianers amb entrevistes i reportatges de Calvià. Els dissabtes sense concretar es proposen programació de col·laboradors i ràdio fórmula. Encara que no es valora en aquest judici de valor no se aprecien en la proposta intervencions en anglès i alemany.

Puntuació: 2

Catorceno produccions SL presenta graella de programació fora de l'horari predeterminat amb una proposta de programació pròpia i/o en directe fins les 22 h de dilluns a divendres basada sobretot en informatius esport i programes temàtics amb tertúlies, personatges destacats, humor concursos, etc, molt suggerent. Inclou propostes en anglès i alemany.

Puntuació:4

Associació Ona Mediterrània presenta una graella de programació fora de l'horari predeterminat basada majoritàriament en redifusions de dilluns a divendres fins les 23 h amb una hora al matí de programació pròpia cada dia de dilluns a divendres i una hora de programació pròpia a definir cada dia de dilluns a divendres horabaixa i redifusions i música en cap de setmana. Inclou



propostes en anglès i alemany.
Puntuació: 2

Dkans produccions, S.L. presenta una graella de programació fora de l'horari predeterminat basada sobretot en programació pròpia enregistrada, redifusions i presenta una interessant proposta de directes el dissabte. Inclou propostes en anglès i alemany.
Puntuació: 3

4. PROPOSTA DE INFORMATIUS **Puntuació màxima: 3**

Publicom Marketing S.L Proposa 1 hora i 45 minuts de informatius diaris amés de 5 bolletins horaris al dia a les 9, 11, 12 13 i 15 h. L'informatiu de les 10 serà d'una hora de duració amb entrevista del dia +20 minuts d'actualitat esportiva emès íntegrament en català. L'informatiu de les 14,30 h serà íntegrament en castellà amb 45 minuts en total. Les bases dels informatius es construiran amb: informació pròpia generada a la seva programació. Talls de veu de la gent enquestada al carrer. Notes i rodes de premsa de l'Ajuntament. Notes i rodes de premsa de l'oposició. Notes i rodes de premsa d'hotelers, sindicats, empreses i organitzacions del terme. 100 per 100 actualitat local.
Puntuació: 2

Catorceno produccions SL Proposa de 8 a 10 h programa matinal/informatiu (en castellà i català) on es fusionarà l'actualitat informativa amb convidats, entrevistes agenda, informació meteorològica, revista de premsa,..) centrat en l'actualitat amb un enfocament singular. De 14 a 14,30 h informatiu català presentat a dues veus. Es presenta com l'informatiu principal del dia, amb tota la informació que ha succeït al llarg del dia al municipi. De 15 a 15,30 h informatiu en castellà, presentat a dues veus, es presenta com informatiu principal del dia en castellà, amb tota la informació que ha succeït al llarg del dia al municipi. De 19,30 a 20 h. Informatiu tarda (castellà/català) presentat per un periodista amb un resum del dia i les veus dels protagonistes del municipi.
Puntuació: 3

Associació Ona Mediterrània proposa 60 minuts d'informatius propis + butlletins IB3 Dividits en dos informatius de 15 minuts, el primer informatiu de 15 minuts en llengua catalana i el segon en castellana.. Un a primera hora del matí i l'altre a les 14 h. Amb connexió amb policia per tractar el trànsit i incidència, seguit de l'informatiu. Amb notícies exclusivament municipals que inclouran temps, esports i agenda cultural. Per la seva edició es partirà de l'agenda informativa de la corporació municipal, amb especial ressò de les notes de premsa i cobertura de rodes de premsa. Aquestes doncs d'informació s'incorporaran als continguts dels programes en llengua anglesa i alemanya.. A les hores en punt es connectarà amb els serveis Informatius de IB3.
Puntuació: 2

Dkans produccions, S.L. Proposa dos espais informatius propis, un de 15 minuts a primera hora del matí i altre de 25 minuts a migdia. Amb talls de veus i declaracions de la pròpia programació i les convocatòries de premsa de l'Ajuntament, dels grups polítics del consistori; de sindicats patronals, agents socials i associacions del municipi. Extractes dels programes de ràdio i entrevistes telefòniques i presencials. Per completar la informació local s'emetrà en cadena el matinal informatiu d'IB3, el noticiari vespertí i els butlletins horaris que coincideixin amb la programació en directe de dilluns a divendres. No detalla la llengua dels informatius.
Puntuació: 1



5. PROPOSTA DE MODEL D'UTILITZACIÓ DELS DOS IDIOMES OBLIGATORIS CASTELLÀ I CATALÀ

Puntuació màxima: 3

Publicom Marketing S.L

Proposa per garantir la utilització de les dues llengües oficials que els locutors de la radio adequi la seva llengua a la comoditat dels seus convidats i que hi hagi programes conduïts en castellà i altres en català i col·laboradors i convidats que realitzin les seves seccions en català o castellà, per tal de que el conductor pugui utilitzar les dues llengües, realitzant així la meitat de la programació en castellà i l'altra en català. Realitzant espais sempre en català i altres en castellà. Indiquen que realitzaran un informe on es detallara el repartiment de ambdues llengües.

Falta concreció dels programes que seran conduïts en castellà i català o en ambdues llengües.

Puntuació: 1

Catorceno produccions SL

Indica en la graella de 8 a 22 h, en cada franja horària i en cada programa, si es locutarà en castellà, català o castellà i català. Diu que es desenvoluparà la programació acordada en els dos idiomes per igual. No especifica en apartat concret com ho realitzarà.

Puntuació: 1

Associació Ona Mediterrània

No concreta ni indica de quina manera se garantirà la utilització de les dues llengües oficials per part dels locutors de la radio i cap proposta de model d'utilització de les mateixes a la programació. Es limita a dir que els locutors utilitzaran les dues llengües oficials en la mateixa proporció en l'horari d'emissió obligatori.

Puntuació: 0

Dkans produccions, S.L.

No concreta ni indica de quina manera se garantirà la utilització de les dues llengües oficials per part dels locutors de la radio i cap proposta de model d'utilització de les mateixes.

Puntuació: 0

6. PROGRAMA DE SORTIDES DE RÀDIO AL CARRER I PERIODICITAT

Puntuació màxima: 3

Publicom Marketing S.L

Proposa sortir dos pics per setmana. El dimecres ràdio Calvià faci el programa de 10 a 14 des de algun IES o CEIP del municipi. Ampliar les sortides obligades a mercats locals o desplaçaments a les platges durant els mesos d'estiu i amb enquestes a peu de carrer. No especifica quantitat.

Puntuació: 3

Catorceno produccions SL

Parlen d'un ample programa de sortides de ràdio al carrer per cobrir el màxim d'esdeveniments, allà on es produeixi la notícia i poder polsar l'opinió pública del carrer i estar a prop dels veïns. Amb una periodicitat constant, setmanal i cada vegada que sigui necessari per polsar l'opinió (no concreta màxims ni mínims).

Puntuació: 2

Associació Ona Mediterrània

2 sortides setmanals (no acumulables setmana en setmana) per realitzar la programació matinal

incloent en aquestes matinals les sortides obligades per plec però no te en compta que la majoria de activitats d'obligada presència son l'horabaixa (Sa Rua, Festes del rei En Jaume, etc.)

Puntuació: 3

Dkans produccions, S.L.

Amés de les previstes a les bases del concurs proposen atendre altres esdeveniments com falles del Toro, mercadets etc. No diu quantes. 1 pic a la setmana l'equip del mati farà exteriors.

Puntuació: 1

7. PROPOSTA DE MODEL DE GESTIÓ I PROTOCOL AMB ELS COL·LABORADORS

Puntuació màxima: 3

Publicom Marketing S.L Els col·laboradors han d'aportar valor a l'emissora. Proposen programes de musica i entreteniment per evitar la politització d'aquests espais i únicament en horaris disponibles de dilluns a divendres de 20 a 22 h. Faran de filtre inicial i posterior.

Detallen un protocol senzill però pràctic i proposen una coordinació i seguiment setmanal.

Puntuació: 3

Catorceno produccions SL al proposar una programació pròpia de dilluns a divendres de 8 a 22 h. No necessita cobrir molts espais amb col·laboracions. Proposen obrir la ràdio amb un programa concret de participació popular mes que oferir espais lliures de la grella. Basant-se les col·laboracions o participació de associacions persones destacades o voluntaris del terme amb els quals pactarien fórmules d'intervenció a la ràdio pensant més en l'interès general que no en els interessos particulars o amb afany de lucre.

No presenta un protocol concret d'actuació només algunes idees.

Puntuació: 1

Associació Ona Mediterrània ofereixen continuïtat als col·laboradors actuals. Presentaran un llistat de nous col·laboradors que proposaran a la direcció de la ràdio i que puguin adaptar-se millor i que encaixin amb la programació i proposen convidar a que participin com articulistes especialitzats (ecologia, economia, turisme, etc)

No presenta proposta de coordinació ni protocol.

Puntuació: 0

Dkans produccions, S.L.

No presenta proposta de tipus de col·laboració. Presenta únicament dues idees que podrien formar part d'un protocol d'actuació.

Puntuació: 0

8. XARXES SOCIALS I PLA DE DINAMITZACIÓ DE LES XARXES

Puntuació màxima: 3

Publicom Marketing S.L

Es el projecte que concreta més el pla de dinamització i les xarxes que s'utilitzaran.

Proposen la utilització de Facebook i Twitter que son les que es venen utilitzant actualment amb un mínim de 5 actualitzacions diàries a cada una d'elles. Proposen descriure objectius mensuals per incrementar els seguidors però no concreta quins. Es comprometen a dedicar inversió econòmica a Facebook Ads que possibilita segmentar molt detalladament i ajustar els anuncis als interessos dels usuaris. (la quantia es valora a l'apartat de marketing)la qual cosa por repercutir en major visibilitat i major audiència. Les xarxes interactuaran amb la web pròpia.

Les RRSS inclourà bolcat de programes, enllaços a notícies, vídeos d'intervencions dels programes, informatius integres, imatges dels convidats i mencions per augmentar notorietat. Proposen aliances amb altres entitats que disposin de xarxes socials per viralitzar el contingut de les seves xarxes.

Realitzaran concursos entre els seguidors que obligaran als participants a seguir la programació de Ràdio Calvià o bé llegir atentament la revista municipal. més de crear falques per recordar als oients les xarxes socials.

Puntuació: 3

Catorceno produccions SL

Presenten les xarxes socials i les noves tecnologies com a eines molt importants, sobre tot per arribar a una població de joves fins a 30 anys. Tot el projecte està impregnat de la importància d'aquestes eines, com a via de promoció difusió dels continguts i la programació i pel seguiment personalitzat dels temes que interessin especialment a l'audiència i com eines de fidelització. Proposant redisseny i impuls de les xarxes existents i obertura d'altres com a Instagram o Youtube. Proposen un redisseny de les xarxes i una web 2.0 amb interacció amb les xarxes socials amb servei de ràdio on line a la carta i ràdio amb tecnologia RSS a la vista. Tot integrat i amb retroalimentació entre elles. Es comprometen a multiplicar el nombre de seguidors i de interaccions a les xarxes aplicant les mateixos paràmetres difusors i de dinamització que la seva experiència demostra amb els seguidors a les seves xarxes.

Però no expliquen com ho faran, ni qui son aquests paràmetres, ni com funcionara la web ni expliquen gaire el redisseny. La figura del dissenyador a mitja jornada te aquesta comesa. Posen l'èmfasi en el missatge per aconseguir-ho.

No presenten pla de dinamització concret.

Puntuació: 2

Associació Ona Mediterrània

Proposen mantenir les xarxes actuals que estan molt poc dinamitzades i proposen mesures tècniques de vídeo strimig per valorar com a millora.

Proposen la coordinació amb la Community màner municipal la qual cosa que es obligatòria. Proposen personal que es valorarà en les millores i publicitat pagada que es valora al pla de marketing.

No presenten pla de dinamització.

Puntuació: 1

Dkans produccions, S.L.

Presenten una relació de les xarxes que ja existeixen i incorporant ràdio a la carta per ivoox o similar actualitzat cada 24 hores.

No presenten pla de dinamització.

Puntuació: 0

9. PROPOSTES DE MARKETING I PUBLICITAT QUE ASSUMIRAN COM A PRÒPIES AMB DESCRIPCIÓ I CALENDARITZACIÓ.

Puntuació màxima: 2

Publicom Marketing S.L

Les propostes son les següents:

Invertir 50 o 100 € al mes per fer publicitat segmentada a Facebook ADS

Proposen col·laboracions amb empreses amb les següents accions: publicitat de Ràdio Calvià a estovalles de paper, espais de publicitat estàtica en portes de comerços, Impressió de cartelleria.

Imatges de publicitat traslladable a Internet.

Convenis de col·laboració amb clubs esportius Ràdio taxi, ports esportiu, etc. Oferint continguts a ràdio que es transformin també en repercussió per part d'aquests.

Puntuació: 2

Catorceno produccions SL

No descriuen les propostes de publicitat i marketing.

Proposen accions de marketing i publicitat a les xarxes però no expliquen quines es faran, ni quantifiquen. Proposen una intervenció immediata a xarxes paral·lela al redisseny i relançament de les xarxes pròpies i també per Internet (web, mails, etc) No saben a quins mail, a quina web, ni de quina manera. Tampoc es quantifiquen. La freqüència seria setmanal

Plantegen com a possibilitat accions a mitjans convencionals però no expliquen quines, ni a quins mitjans o suports, ni es calendaritzen, ni es quantifiquen.

Puntuació: 1

Associació Ona Mediterrània

En general manca calendarització i descripció de les actuacions i o acords.

Acords amb Mallorca Daily Bulletin i Mallorca Magazin per publicitar ràdio i revista municipal.

5000 cartells promocionals de Ràdio Calvià

Proposen treballarà la interrelació de la ràdio amb la revista retroalimentant els dos mitjans però això s'obliga al plec. S'hauria de concretar de quina manera es preveu fer.

Campanyes promocionals a Twitter i Facebook 1250 € en dos anys.

Puntuació: 2

Dkans produccions, S.L.

No descriuen ni calendaritzen les propostes de publicitat i marketing.

Les propostes no es valoren econòmicament i proposen que això es farà amb l'Ajuntament (quant és una exigència del plec i depenent del pressupost que es tenguí per això. Amb la qual cosa no es pot valorar si no se sap la inversió que es farà ja que estem parlant de propostes assumides com a pròpies.

Per a ràdio:

Proposen concursos i sortejos setmanals però no concreten que se regalarà ni com aconseguiran els premis.

Proposen Logan encara que ràdio Calvià ja té el seu Logan i no expliquen que faran amb ell.

Proposen Publicitat en parades de bus però no quantifiquen quantitat, calendarització, ni inversió

Publicitat a revista (La revista Calvià no du publicitat i no volem que en dugui, és un mitjà públic.

Si es refereix a publicitat, de la ràdio ja és fa i no expliquen la proposta)

Publicitat a zones estratègiques (Ajuntaments i comerços,..) i en festes. No especifiquen tipus, suports, quantitat ni inversió.

Per a revista:

Falques a ràdio intensificades setmanes abans de la sortida de la revista al carrer.

Xarxes: emprar continguts en Twitter i Facebook

Proposen Publicitat en parades de bus però no quantifiquen quantitat, calendarització, ni inversió

Publicitat a zones estratègiques (Ajuntaments i comerços,..) i en festes. No especifiquen tipus, suports, quantitat ni inversió.

Puntuació: 0

10. PROPOSTA DE GESTIÓ DEL MANTENIMENT TÈCNIC

Puntuació màxima: 3



Publicom Marketing S.L

Tasques de revisió, supervisió i neteja d'equips amb periodicitat quinzenal.

+proposa una quantitat en euros al mes per a tasques de manteniment i suporti altra quantitat per a reparacions, formació o millora i adquisició d'equipaments existents (se valorara en sobre 3).

Puntuació: 1

Catorceno produccions SL

Amb la figura del operador i control central a jornada completa diuen que garanteixen la detecció diària de errors anomalies i incidències i la correcció dels mateixos. Encara que no fan cap proposta de gestió del manteniment tècnic.

Puntuació: 2

Associació Ona Mediterrània

Revisió setmanal per part del responsable tècnic de l'Adjudicatari.

Deficiències detectades assumides pel concessionari en funció del pressupost proposat com a millora de material tècnic.

Es proposa incloure a la memòria semestral un informe del manteniment tècnic i de l'estat de pressupost en inversió de millora del material.

Puntuació: 2

Dkans produccions, S.L.

Servei tècnic cada dos mesos i una quantia econòmica no superior a 100 €

Puntuació: 1

ALTRES MILLORES. MILLORES VALORABLES MITJANÇANT JUDICI DE VALOR

Puntuació màxima: 5

Publicom Marketing S.L

- Proposen 1 redactor més a mitja jornada
- Pàgina web en format digital amb notícies i ràdio on line
- 45 minut més informatius diaris + 5 butlletins horaris (valorat a altra punt)
- 1 sortida exterior 1 pic per setmana com a mínim+ altres puntuals (valorat a altra punt)
- Inversions en millores de la ràdio si s'assumeixen les reparacions (valorable a altra sobre)
- Accions de marketing de pagament a Facebook Ads i cartelleria (valorat a altra punt)

Puntuació: 2

Catorceno produccions SL

- Un operador de ràdio i de control central a jornada completa
- Un dissenyador maquetador de revista a temps parcial
- web amb servici de ràdio on line i radio a la carta i ràdio a la vista
- Redisseny de la revista
- Unitat mòbil amb sistema 3G. Amb la unitat mòbil que posen a disposició del projecte amb sistema 3G es poden realitzar connexions ràpides, còmodes i qualitat de so i permet fer qualsevol tipus de transmissió radiofònica, sense cap tipus de moviment tècnic, el que facilita desplaçaments a qualsevol part del municipi en qualsevol moment.
- Reporter LP-1 adaptant mans lliures del telefon mòbil a l'equip
- Tot un complet equipament tècnic que posen a disposició per fer la prestació del servei adaptada a les noves tecnologies i necessitats digitals i on-line per sistemes d'exterior i interiors i realització d'Emissions de concerts i esdeveniments esportius en directe des dels diferents escenaris.

Puntuació: 5

Associació Ona Mediterrània

5 hores setmanals, acumulables mensualment, per poder dedicar a altres produccions pròpies. El que suposen 20 hores de producció cada mes. (aquestes hores van a part de les que es puguin incloure en augment de programació en directe)

Puntuació: 1

Dkans produccions, S.L.

1 tècnic de so a mitja jornada de 16 a 20 h per controlar les tardes i enregistrar programes de cap de setmana.

Puntuació: 3

LICITADOR	Puntuacions totals
Capalluch S.L	0
Publicom Marketing S.L	33
Catorceno produccions SL	36
Associació Ona Mediterrània	23
Dkans produccions, S.L.	20

Criterios valoración para la contratación del servicio periodístico para la realización de la programación de informativos y de entretenimiento en la Emisora Municipal y redacción, fotografía y maquetación de la revista municipal

	PUNTUACIÓ MÀXIMA	CAPALLUCH, S.L.	PUBLICO MARKETING 2000, S.L.	DKANS PENSANT PRODUCCIONS, S.L.	ASSOCIACIÓ ONA MEDITERRÀNEA	CATORCENO PRODUCCIONS, S.L.
1 OFERTA TÉCNICA						
1.1 PROYECTO TÉCNICO						
Adecuación de la propuesta o proyecto a los objetivos indicados en este pliego, atendiendo a una adecuada presentación y con las indicaciones y contenido que se requieren en el pliego en todas las cláusulas y en especial a las referidas en la cláusula 5ª del pliego de prescripciones técnicas	10	0	10	6	7	9
1.1.2 Parrilla de programación en horario de emisión en directo	6	0	4	5,00	3,00	6,00
1.1.3 Parrilla programación fuera del horario predeterminado	4	0	2	3,00	2,00	4,00
1.1.4 Propuesta de Informativos	3	0	2	1,00	2,00	3,00
Propuesta de modelo de utilización de los 2 idiomas obligatorios: castellano y catalán.	3	0	1	0	0	1
1.1.6 Programa de salidas de radio a la calle y periodicidad	3	0	3	1,00	3,00	2,00
1.1.7 Modelo de gestión y protocolo con los colaboradores	3	0	3	0	0	1
1.1.8 Redes sociales y plan de dinamización de las redes sociales	3	0	3	0,00	1,00	2,00
Las propuestas de marketing y publicidad que asumirán como propias describiéndolas y calendarizándolas	2	0	2	0	2	1
1.1.10 Propuesta de la gestión del mantenimiento técnico de la Radio,	3	0	1	1,00	2,00	2,00
1.1 PROYECTO TÉCNICO. TOTAL		0	31	17	22	31
1.2 ASPECTOS A VALORAR DE MEJORA		0				
1.2.4 Otras mejoras. Valorado según juicio de valor.	5	0	2	3,00	1,00	5,00
TOTAL	45	0	33	20	23	36

Calvià, 22 de setembre de 2017

M. Antònia Ferragut Carreño
Cap de Secció de Comunicació