ACTA DE LA MESA DE CONTRATACIÓN DEL EXPEDIENTE DE LICITACIÓN PARA EL CONTRATO DE SERVICIO DE ASISTENCIA TÉCNICA PARA EL BENCHMARKING DE CIUDADES, LA SELECCIÓN DE PROYECTOS DE REACTIVACIÓN DE MÁLAGA TRAS LA COVID-19 Y LA BÚSQUEDA DE FINANCIACIÓN NACIONAL E INTERNACIONAL.
EXPEDIENTE 05/2020

En Málaga, siendo las 9:00 horas del día 24 de agosto de 2020, se abre la sesión, celebrada por vía telemática a la que han sido debidamente convocadas las personas integrantes de la Mesa de Contratación designadas a tal efecto por el órgano de contratación.

Presidenta: D. María del Carmen García Peña.

Vocal: D. José Cardador Jiménez.
Vocal: D. Rafael López del Paso.

Secretario: D. Jorge León Gross (Letrado Asesor).

Todos ellos se encuentran presentes en este acto.

Por la Presidencia de la Mesa de contratación, se tiene ésta por constituida.

Informa la presidenta que, en la sesión anterior, los Sres. Integrantes de la Mesa de Contratación pusieron de manifiesto la necesidad de valorar las memorias técnicas con el servicio técnico de FUNDACION CIEDES para la emisión de informe técnico en atención a la clasificación y ponderación de los criterios de adjudicación establecidos en la cláusula K del cuadro de características.

Se ha recibido de dicho servicio técnico el informe que se inserta a continuación.

TÍTULO: CONTRATO DE SERVICIO DE ASISTENCIA TÉCNICA PARA EL BENCHMARKING DE CIUDADES, LA SELECCIÓN DE PROYECTOS DE REACTIVACIÓN DE MÁLAGA TRAS LA COVID-19 Y LA BÚSQUEDA DE FINANCIACIÓN NACIONAL E INTERNACIONAL.
Expediente Número: EXP.05/2020

INFORME TÉCNICO PARA LA MESA DE CONTRATACIÓN

Recibidas las propuestas técnicas para el contrato de servicio arriba indicado, presentadas por las empresas licitadoras: Gran Thorton, Prices Waterhouse Cooper, Deloitte y KPMG, se constata lo siguiente:

1. *Gran Thorton: presenta memoria técnica de 49 folios, con un índice estructurado y los contenidos mínimos exigidos en el pliego técnico.*
2. *Prices Waterhouse Cooper: presenta memoria técnica de 57 folios, con índice estructurado y, además de los contenidos mínimos exigidos, un apartado de Contexto y estrategia, así como una carta de presentación.*
3. *Deloitte: pesenta memoria técnica de 149 folios, con índice estructurado y, además de los contenidos mínimos exigidos, un apartado de Estrategia a seguir para el desarrollo del proyecto y otro de Planificación y Gestión, así como una carta de presentación.*
4. *KPMG: pesenta memoria técnica de 146 folios, con índice estructurado y, además de los contenidos mínimos exigidos, un apartado de Estrategia a seguir y otro de Monitorización y seguimiento, así como una carta de presentación.*

Se estudian por este equipo las citadas propuestas y se establecen las siguientes conclusiones en base a los ***criterios de adjudicación con juicio de valor*** *establecidos en los pliegos de contratación:*

Gran Thorton:

Criterio Estrategia: La propuesta atiende a los tres objetivos solicitados, si bien la visión estratégica a seguir en el desarrollo del proyecto no se explicita en suficiente grado, ni implícita ni explícitamente. Asimismo, no se referencia a objetivos adicionales a los propuestos en el pliego.

Criterio Objetivos y plan de trabajo: Los objetivos y el plan de trabajo responden a los mínimos establecido en el pliego. En concreto, en el relativo a la búsqueda de financiación se reproduce lo establecido en el pliego, sin que se desarrolle su concreción. En el Benchmarking no se explicitan las propuestas de acciones a analizar, ni se hace referencia al caso de Málaga en el marco de sus planes estratégicos y planes sectoriales previos. Del mismo modo, se omiten propuestas específicas para sectores claves recogidos en el plan de reactivación, al igual que no se delimitan las ciudades que se van a comparar ni la experiencia previa con la que cuenta la empresa al respecto. Aun cuando la metodología de trabajo propuesta para la selección de acciones basada en un enfoque EFQM parece interesante, se plantea su aplicación sobre el Plan de Reactivación revisado, cuando aún no está finalizado y en el pliego se solicita el impulso del mismo. En esta línea no queda lo suficientemente clara la intencionalidad de las propuestas de comparación de la "línea base" con la situación actual, la gestión de riesgos o la definición de los escenarios de Peter Schwartz, entre otros aspectos.

Criterio Plan de comunicación: Presenta un enfoque genérico, en el que no se recogen propuestas de alianzas concretas, ni se enuncian foros en los que participar o entrevistas con agentes a mantener.

CRITERIOS	*PUNTUACIONES RECIBIDAS (CGP-RL-JC)*	*PUNTUACIÓN FINAL*
Estrategia a seguir para el desarrollo del proyecto. Documento que recoja la visión estratégica del ofertante sobre el impulso propuesto del Plan de Reactivación, sus valores diferenciales, su experiencia y los objetivos y estrategias adicionales que introduciría en la asistencia solicitada para apoyar la reactivación ***(7 puntos)***	*2-2-2*	*2*
Objetivos y plan de trabajo. Determinación del alcance y los contenidos de los tres objetivos específicos marcados, así como nuevos objetivos que considere oportunos. Se describirá el plan de trabajo y las acciones que se llevarán a cabo en cada uno con los entregables que se ofrecerán ***(20 puntos).***	*5-5-5*	*5*

Plan de comunicación con acciones de marketing y captación de inversiones. Se hará una propuesta de plan de marketing para lograr el posicionamiento de Málaga como destino seguro, dinámico y abierto a los negocios con posicionamiento a nivel internacional. Se incluirá una propuesta de alianzas y actores clave a contactar, así como de foros nacionales e internacionales en los que Málaga debería posicionarse para la captación de fondos e inversiones públicas y privadas ***(15 puntos).***	*5-3-5*	*5*
Cronograma de trabajo ***(3 puntos)***	*3-3-3*	*3*
TOTAL		***15***

Los miembros del equipo técnico, tras valorar las distintas puntuaciones individuales, optan por otorgar la puntuación conjunta que se establece más arriba.

Prices Waterhouse Cooper:

Criterio Estrategia: Incluye una visión estratégica del impacto del COVID-19 a escala mundial con referencias a los casos nacional, andaluz y de Málaga. En esta última, se recoge la respuesta dada por los agentes económicos y sociales en la ciudad Málaga, con un papel destacado del desarrollo de los foros municipales y el lanzamiento de plan de reactivación. Seguidamente se vincula con el actual Plan Estratégico de Málaga y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que se han establecido. Se incluyen valores diferenciales, experiencia previa y las estrategias adicionales aplicadas en proyectos de esta naturaleza y similares.

Criterio Objetivos y plan de trabajo: Junto a los objetivos establecidos en el pliego se recoge adicionalmente el desarrollo de un análisis de caracterización sectorial de la economía de Málaga sus efectos arrastre, tanto en términos de PIB como de ocupación. Para ello se propone el uso de las tablas input- output para determinar los impactos y la jerarquización de las acciones del plan, lo que resulta un enfoque muy interesante, en especial de cara a la búsqueda de financiación y a la obtención de alianzas. Las medidas previstas para la consecución de los tres objetivos definidos están convenientemente desarrolladas. En relación al objetivo de financiación se recoge una amplia batería de programas europeos específicos de potencial acceso y sus prioridades y especificidades. Para el objetivo de benchmarking, se toma como referencia las ciudades de Madrid, Barcelona, Bilbao, Copenhague y Lisboa, incluyéndose referencias a experiencias previas internacionales y nacionales de gran interés.

Criterio Plan de comunicación: Estructuran la comunicación en torno a los 4 ejes del modelo de ciudad que definen el plan estratégico de Málaga. Se indica que se identificarán mensajes clave y canales adecuados para tratar de atraer inversiones y negocios internacionales, utilizando distintas estrategias, fundamentalmente basadas en infografías con la caracterización de Málaga y propuestas de acciones para cada eje

estratégico. Se hace referencia a algunas redes de ciudades y foros con los que poder establecer alianzas para captar fondos.

CRITERIOS	*PUNTUACIONES RECIBIDAS*	*PUNTUACIÓN FINAL*
Estrategia a seguir para el desarrollo del proyecto. Documento que recoja la visión estratégica del ofertante sobre el impulso propuesto del Plan de Reactivación, sus valores diferenciales, su experiencia y los objetivos y estrategias adicionales que introduciría en la asistencia solicitada para apoyar la reactivación ***(7 puntos)***	*5-5-5*	*5*
Objetivos y plan de trabajo. Determinación del alcance y los contenidos de los tres objetivos específicos marcados, así como nuevos objetivos que considere oportunos. Se describirá el plan de trabajo y las acciones que se llevarán a cabo en cada uno con los entregables que se ofrecerán ***(20 puntos).***	*15-12-14*	*13,66*
Plan de comunicación con acciones de marketing y captación de inversiones. Se hará una propuesta de plan de marketing para lograr el posicionamiento de Málaga como destino seguro, dinámico y abierto a los negocios con posicionamiento a nivel internacional. Se incluirá una propuesta de alianzas y actores clave a contactar, así como de foros nacionales e internacionales en los que Málaga debería posicionarse para la captación de fondos e inversiones públicas y privadas ***(15 puntos).***	*10-5-6*	*7*
Cronograma de trabajo ***(3 puntos)***	*3-3-3*	*3*
TOTAL		***28,66***

Los miembros del equipo técnico, tras valorar las distintas puntuaciones individuales, optan por otorgar la puntuación conjunta que se establece más arriba.

Deloitte:

Criterio Estrategia: La visión estratégica incluye el impacto del COVID-19 en Málaga y las necesidades asociadas detectadas en materia de salud, cohesión social, economía, turismo y construcción, entre otras, haciendo alusión a aspectos concretos considerados como prioritarios atendiendo a su tratamiento en los foros municipales sobre lo que se ha sustentado la elaboración del Plan de Reactivación. Se establece un mapa de agentes

económicos y sociales malagueños que se consideran necesarios para abordar la reactivación. Seguidamente se hace un análisis de la respuesta europea a la pandemia, recogiendo sus prioridades y estrategias, y fuentes de financiación vinculadas y agentes/ organismos responsables de su canalización y control de su uso en España. En la estrategia de trabajo se incluye la integración del plan de reactivación con el plan estratégico de Málaga, y con el plan de acción ODS 2030 de Málaga. Se propone la realización de un análisis de factores de competitividad territorial. En la experiencia previa para la comparativa se incluyen diversos casos internacionales y nacionales.

Criterio Objetivos y plan de trabajo: Además de los tres objetivos definidos se añaden 6 objetivos más, con un modelo de trabajo integral para su consecución, con identificación de las mejoras propuestas. Incluye el acceso a herramientas tecnológicas propias de Deloitte en muchas de las fases. En el objetivo de financiación se incorpora la participación en la red nacional e internacional de contactos de Deloitte, el acceso a panel internacional de expertos en fuentes de financiación pública y privada, así como la elaboración de mapas, fichas y guías prácticas, con especial hincapié en las ayudas básicas existentes en Europa orientadas a los escenarios recogidos en el plan de reactivación y los diferentes sectores productivos. Para el objetivo de benchmarking, se incluye de forma preliminar 20 ciudades españolas y 10 europeas, con acceso on line al centro global de benchmarking de Deloitte, en constante crecimiento (actualmente 3.500 casos de estudio), y se incorporan ejemplos de acciones por sectores del plan de reactivación. Se complementa con experiencia previa y participación en múltiples planes de reactivación y acciones concretas para hacer frente al COVID-19. En el objetivo de selección de acciones se aplican las metodologías mencionadas con un enfoque cuantitativo y cualitativo, proponiendo la creación de un cuadro de mando integral y el uso de herramientas informáticas para el seguimiento del proyecto.

Criterio Plan de comunicación: Se basa en un mapa de actores y posibles alianzas, estableciendo mensajes, canales y acciones a partir de una segmentación de clientes y factores críticos de decisión. Se realiza un Cuaderno de Venta, además del plan de marketing y comunicación segmentado.

CRITERIOS	*PUNTUACIONES RECIBIDAS*	*PUNTUACIÓN FINAL*
Estrategia a seguir para el desarrollo del proyecto. Documento que recoja la visión estratégica del ofertante sobre el impulso propuesto del Plan de Reactivación, sus valores diferenciales, su experiencia y los objetivos y estrategias adicionales que introduciría en la asistencia solicitada para apoyar la reactivación ***(7 puntos)***	*6-5-6*	*6*
Objetivos y plan de trabajo. Determinación del alcance y los contenidos de los tres objetivos específicos marcados, así como nuevos objetivos que considere oportunos. Se describirá el plan de trabajo y las acciones que se llevarán a cabo en cada uno con	*20-16-18*	*18*

los entregables que se ofrecerán ***(20 puntos).***		
Plan de comunicación con acciones de marketing y captación de inversiones. Se hará una propuesta de plan de marketing para lograr el posicionamiento de Málaga como destino seguro, dinámico y abierto a los negocios con posicionamiento a nivel internacional. Se incluirá una propuesta de alianzas y actores clave a contactar, así como de foros nacionales e internacionales en los que Málaga debería posicionarse para la captación de fondos e inversiones públicas y privadas ***(15 puntos).***	*10-7-8*	*8,33*
Cronograma de trabajo ***(3 puntos)***	*3-3-3*	*3*
TOTAL		***35,33***

Los miembros del equipo técnico, tras valorar las distintas puntuaciones individuales, optan por otorgar la puntuación conjunta que se establece más arriba.

KPMG:

Criterio Estrategia: La propuesta parte de un amplio análisis del impacto macroeconómico de la Covid-19 en más de 60 países y regiones (ente ellas España y Málaga), así como de las expectativas de recuperación (basado en modelo NiGEM). Atendiendo a ello, el análisis se fundamenta en matrices de riesgos sectoriales y de impactos y tendencias tras el COVID para cada sector, diferenciando entre cambios cíclicos y estructurales. Dicho análisis se hace extensivo al sector empresarial, acompañado de la elaboración de un barómetro de la situación y expectativas de recuperación de las empresas. La visión estratégica del proyecto es integral con un análisis detallado y amplio para cada sector de actividad básico de Málaga. Se incorpora a la matriz excell del plan de reactivación unos criterios adicionales para ordenar las más de 500 acciones y puntuarlas con base en su carácter estratégico y operativo, así como a su planificación a corto, medio y largo plazo. Se incluye su impacto en cada uno de los ejes del modelo de ciudad del plan estratégico para orientar la revisión del plan estratégico de Málaga y la consecución de los objetivos ODS.

Criterio Objetivos y plan de trabajo: Para la consecución del objetivo de financiación, además de la referencia a las ayudas europeas indicadas en el pliego, que se detallan y explican detalladamente, se añade el acceso a la plataforma de fondos europeos internacional de KPMG y el desarrollo de sesiones específicas de información sobre fondos, así como el contacto con su red de agentes internacionales. Incorporan un amplio espectro de propuestas en la búsqueda de financiación privada por cada uno de los sectores tractores de la economía de la ciudad y provincia. En lo que respecta al objetivo de benchmarking, se hace referencia a 170 territorios buscando las mejores prácticas comparativas susceptibles de aplicar en Málaga. Se recoge su experiencia previa a escalas internacional y nacional (tanto en términos de conjunto como en gran parte de las Comunidades Autónomas) en múltiples planes y acciones de reactivación potencialmente

implementables para cada uno de los sectores estratégicos de Málaga. Se incluyen entregables adicionales. En lo que respecta al objetivo de selección de acciones se parte de las acciones recogidas en el plan de reactivación para mejorar la ordenación y establecer una prelación de acciones, con base en criterios cuantitativos (impactos, ejes de desarrollo, dependencias, complejidad de implantación, ...) y cualitativos (con entrevistas a agentes clave de cada sector de actividad y una encuesta a la ciudadanía). Se complementa con la realización de un barómetro de situación de las empresas y de las necesidades de la ciudadanía, así como con un sistema de indicadores, con seguimiento y evaluación de acciones y del proyecto en su conjunto, empleando soluciones informáticas.

Criterio Plan de comunicación: Se plantea la generación de Cuadernos de Venta con selección de mensajes, argumentos, canales y acciones con base en diferentes actores y potenciales alianzas posibles. Se incluye la realización de visitas y entrevistas para la captación de inversiones, asistencia en reuniones con organismos internacionales y asesoramiento para la identificación de proyectos singulares de los que Málaga pueda ser sede. Se Propone la celebración y participación de foros, eventos y ferias y establecimiento de contactos con personajes relevantes de Málaga para convertirlos en embajadores de la ciudad.

CRITERIOS	*PUNTUACIONES RECIBIDAS*	*PUNTUACIÓN FINAL*
Estrategia a seguir para el desarrollo del proyecto. Documento que recoja la visión estratégica del ofertante sobre el impulso propuesto del Plan de Reactivación, sus valores diferenciales, su experiencia y los objetivos y estrategias adicionales que introduciría en la asistencia solicitada para apoyar la reactivación ***(7 puntos)***	*6-5-6*	*6*
Objetivos y plan de trabajo. Determinación del alcance y los contenidos de los tres objetivos específicos marcados, así como nuevos objetivos que considere oportunos. Se describirá el plan de trabajo y las acciones que se llevarán a cabo en cada uno con los entregables que se ofrecerán ***(20 puntos).***	*18-14-16*	*16*
Plan de comunicación con acciones de marketing y captación de inversiones. Se hará una propuesta de plan de marketing para lograr el posicionamiento de Málaga como destino seguro, dinámico y abierto a los negocios con posicionamiento a nivel internacional. Se incluirá una propuesta de alianzas y actores clave a contactar, así como de foros nacionales e internacionales en los que Málaga debería posicionarse para la	*13-6-10*	*9,66*

captación de fondos e inversiones públicas y privadas ***(15 puntos).***		
Cronograma de trabajo ***(3 puntos)***	*3-3-3*	*3*
TOTAL		***34,66***

Los miembros del equipo técnico, tras valorar las distintas puntuaciones individuales, optan por otorgar la puntuación conjunta que se establece más arriba.

En consecuencia, las puntuaciones propuestas por el equipo técnico, respecto de los criterios cuya valoración depende de un juicio de valor (sobre 2), son las siguientes:

GRANT THORTON: 15 PUNTOS
PWC: 28,33 PUNTOS
DELOITTE: 35,33 PUNTOS
KPMG: 34,66 PUNTOS

La fundamentación de la clasificación de las ofertas se basa en el Informe Técnico que ha sido asumido por todos los miembros de la Mesa de Contratación

* * *

Aperturado el sobre 3, criterios de adjudicación cuantificables mediante la aplicación de fórmulas y porcentajes, las ofertas de los licitadores son las siguientes:

CRITERIO 1: MEJOR OFERTA ECONÓMICA:

1.- GRANT THORTON.

NOVENTA MIL DOSCIENTOS CINCUENTA EUROS (90.250€) más DIECIOCHO MIL NOVECIENTOS CINCUENTA Y DOS EUROS (18.952€) correspondientes a IVA

2.- PWC.

SETENTA Y UN MIL DOSCIENTOS EUROS (71.200€) más CATORCE MIL NOVECIENTOS CINCUENTA Y DOS EUROS (14.952€) correspondientes a IVA.

3.- DELOITTE.

SESENTA Y SIETE MIL EUROS (67.000€) más CATORCE MIL SETENTA EUROS (14.070€) correspondientes a IVA.

4.- KPMG.

SESENTA Y CINCO MIL EUROS (65.000€) más TRECE MIL SEISCIENTOS CINCUENTA EUROS (13.650€) correspondientes a IVA.

Aplicada la formula prevista en el pliego las puntuaciones obtenidas han sido las siguientes

GRANT THORTON: (65.000/90.250)*46 = **33,13 PUNTOS**

PWC: (65.000/71.200)*46 = **41,99 PUNTOS**

DELOITTE: 65.000/67000)*46 = **44,63 PUNTOS**

KPMG: 65.000/65.000)*46 = **46 PUNTOS**

CRITERIO Nº 2: AMPLIACIÓN DEL NÚMERO DE PROYECTOS ESTRATÉGICOS CON DOCUMENTACIÓN PREPARATORIA PARA LA BÚSQUEDA DE FINANCIACIÓN. 5 PUNTOS.

GRANT THORTON: 0 PUNTOS

PWC: 5 PROYECTOS, **5 PUNTOS**

DELOITTE: 5 PROYECTOS, **5 PUNTOS**

KPMG: 5 PROYECTOS, **5 PUNTOS**

CRITERIO Nº 3: EXPERIENCIA DEL PERSONAL ADSCRITO EN OTROS PLANES DE REACTIVACIÓN VINCULADOS CON LA PANDEMIA. 4 PUNTOS (0,5 POR CADA PLAN)

GRANT THORTON: 0 PUNTOS

PWC: 2 PLANES DE REACTIVACION, **1 PUNTO**

DELOITTE: 4 PLANES DE REACTIVACION, **2 PUNTOS**

KPMG: 3 PLANES DE REACTIVACION, **1,5 PUNTOS**

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

Orden: 1
CIF: B82498650 **KPMG ASESORES, S.L.**

Total criterios CJV: 34,66
Total criterios CAF: 52,50
Total puntuación: 87,16

Orden: 2
CIF: B81690471 **DELOITTE CONSULTING SLU**

Total criterios CJV: 35,33
Total criterios CAF: 51,63
Total puntuación: 86,96

ORDEN: 3

CIF: B78016375 **PRICEWATERHOUSECOOPERS ASESORES DE NEGOCIOS, S.L.**

Total criterios CJV: 28,66
Total criterios CAF: 47,99
Total puntuación: 76,65

Orden: 4 CIF:
B08914830 **GRANT THORTON SLP**

Total criterios CJV: 15
Total criterios CAF: 33,13
Total puntuación: 48,13

La mesa, conforme a lo previsto en el apartado K bis del cuadro de características y a partir de la referida clasificación deberá realizar la negociación con los licitadores, que versará sobre los siguientes aspectos:

⇒ Incorporación de técnicas, herramientas, métodos de análisis y valoración de proyectos que introducirán los licitadores para asesorar sobre las acciones estratégicas a impulsar y buscar financiación exterior.
⇒ Inclusión de nuevos objetivos en la consultoría que puedan apoyar la reactivación de Málaga, más allá del alcance contemplado en la licitación.
⇒ Incremento en el número de casos estudiados de otras ciudades, de sus planes de reactivación y de sus apuestas de acciones/proyectos estratégicos para los próximos dos años, que puedan ser competidoras de fondos con Málaga.
⇒ Presentación por parte de la consultora de las acciones estratégicas elaboradas con motivo de esta contratación, tanto en foros, ferias o eventos, como a través de entrevistas y espacios de captación de inversiones y fondos de los recogidos en el plan de marketing de la memoria técnica.

La negociación se realizará conforme a lo previsto en la cláusula 10.2 del PCAP.

Cada licitador conocerá el número de ofertas presentadas y el orden que ocupa la suya.

Terminada la negociación la mesa valorará la misma y si resulta necesario y conveniente celebrar nuevas sesiones, u ofrecer plazo para nueva presentación de ofertas.

No existiendo más asuntos que tratar, la Presidencia levanta la sesión, redactándose la presente Acta, visada por la Presidencia de la Mesa de Contratación, de cuyo contenido como Secretario doy fe.

Presidenta:

D. María del Carmen García Peña.

Secretario:

D. Jorge león Gross