



**ASUNTO: VALORACIÓN RELATIVA A CRITERIOS CUYA PONDERACIÓN DEPENDE DE UN JUICIO SUBJETIVO EN LA LICITACIÓN EM 22-709 ACCIONES DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD DEL PROYECTO ISAR**

En base a la información recibida a través de Plataforma, la valoración es la siguiente:

<b>Empresa</b>	<b>Metodología para la ejecución de la campaña (Max 5 pts)</b>	<b>Impacto potencial Manual Operativo (Max 20 pts)</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Metropolis Comunicación</b>	3,5	8	11,5
<b>Quality</b>	4	20	24
<b>R Comunicación</b>	4	11	15
<b>Torres y Carrera</b>	5	10	15

**En lo relativo a la Metodología para ejecución de acciones de comunicación y publicidad (valoración sobre 5 puntos) por orden alfabético:**

**Metropolis Comunicación (3,5 puntos):**

En la propuesta presentada por Metropolis Comunicación se detallan en la metodología propuesta, los perfiles del equipo contratante, las fases de desarrollo del plan de comunicación, junto los entregables que se proporcionarán. Las fases se describen con detalle, para cada tarea prevista en el PPT. No se da detalle, sin embargo, de la delimitación y cronograma de las mismas.

Se aportan datos adicionales, como el hecho de contar con experiencia en proyectos financiados con fondos FEDER o que la empresa tiene oficinas en la zona de despliegue del proyecto que no se pueden valorar, al no estar contemplados dentro de los criterios de valoración.

En cuanto a la adecuación a la finalidad última del proyecto, el licitante demuestra una comprensión parcial de cuales son tanto la misión de Salvamento Marítimo como el objeto del proyecto iSAR, no contemplando áreas como la seguridad marítima o la prevención de la contaminación marina y la



Sociedad de Salvamento  
y Seguridad Marítima

protección del medio marino, centrándose sólo en la búsqueda y salvamento y la lucha contra la contaminación.

**Quality (4 puntos):**

Se considera que la propuesta se adecúa la finalidad última del proyecto iSAR y a la naturaleza de Salvamento Marítimo. Por la metodología propuesta para la realización de las actividades previstas en el requisito 21 del Pliego de Prescripciones Técnicas se desprende que el licitante no sólo ha entendido perfectamente cuáles son las misiones y valores de Salvamento Marítimo, sino cuáles son los mensajes y estrategias que la Organización quiere transmitir en relación con la seguridad náutica, la prevención de la contaminación y la concienciación pública sobre la protección de los mares.

Se ha detallado en la propuesta de la metodología los perfiles participantes. Sin embargo, no se puede encontrar en la oferta un cronograma con la delimitación de las fases, hitos y entregables para cada tarea prevista en el PPT.

**R Comunicación (4 puntos):**

En la propuesta se detalla en qué consiste la metodología, cuáles son los perfiles participantes, y la delimitación y contenido de las fases, hitos y entregables para cada tipo de tarea prevista en el PPT. Sin embargo, la propuesta se limita a plantear una metodología de carácter general que podría ser aplicada a cualquier otra empresa pública o privada. No se aprecia por lo tanto, si el licitante ha comprendido o no cuáles son los valores y objetivos tanto del proyecto como de Salvamento Marítimo como organización.

**Torres y Carrera (5 puntos):**

La propuesta se adecúa a la finalidad última del proyecto iSAR y a la naturaleza de Salvamento Marítimo. La metodología propuesta se adapta a los requerimientos descritos por el licitador para la realización de las actividades previstas en el requisito 21 del Pliego de Prescripciones Técnicas, tendiendo en cuenta la singularidad del proyecto y las funciones y valores de Salvamento Marítimo.

En la propuesta se detalla la metodología, concretando la estructura de la misma, los perfiles participantes, la delimitación y contenido de las fases, hitos y entregables para cada tipo de tarea prevista en el PPT.



**En lo relativo al impacto potencial e innovación del Manual Operativo (Valoración sobre 20 puntos)  
por orden alfabético:**

**Metropolis Comunicación (8 puntos):**

La innovación propuesta consiste en el uso de herramientas de medición y software creativo, pero no se aporta información de en qué consiste la originalidad de las acciones que se pretende llevar a cabo. No se ha justificado tampoco cuál será el impacto de dichas acciones ni cómo se conseguirá dicho impacto. Tampoco se detalla cuáles serán los resultados esperados de la campaña ni cómo se alcanzarán dichos resultados previstos.

La propuesta expone acciones descritas en el PPT sin entrar en detalle sobre las mismas ni en cómo servirán para promover los valores de Salvamento Marítimo y los objetivos del proyecto iSAR.

**Quality (20 puntos):**

En cuanto a las acciones propuestas, se valoran muy positivamente propuestas como el canal Tik Tok Eco Sasemar con consejos sobre sostenibilidad y protección del medio marino dirigidos a un público juvenil, o la APP Sasemar contigo, que busca promover un mayor impacto en el campo de la seguridad náutica. Las acciones propuestas se dirigen a varios públicos objetivos, no sólo aquellos a los que a priori una campaña como ésta estaría dirigida (sector náutico, puertos, etc..) con lo que se entiende se conseguiría dar una mayor difusión a los mensajes que la Sociedad quiere transmitir. Las acciones de comunicación y publicidad están diseñadas y pensadas para cada uno de estos públicos objetivo. Se considera por tanto que las propuestas son innovadoras y originales y que cumplirán adecuadamente con los objetivos y valores del proyecto iSAR y de Salvamento Marítimo, es decir, no sólo promover las funciones de la Sociedad (búsqueda y salvamento y lucha contra la contaminación), sino poner en valor la importancia de la seguridad marítima y la protección del medio marino.

Para cada una de las propuestas, se aporta detalle de la metodología, el impacto, los resultados previstos y cómo se conseguirán dichos resultados.



### **R Comunicación (11 puntos):**

Algunas de las propuestas aportadas se consideran innovadoras y originales, como los eventos híbridos o la búsqueda de prescriptores famosos. En cuanto al impacto y a la consecución del mismo, a pesar de detallar cómo se realizarán la medición de los resultados, no se detalla en qué consistirá el impacto de la campaña ni cuáles son los resultados previstos ni como se alcanzarán.

No se ha comprendido del todo cuál es la finalidad última del proyecto iSAR: mejorar la tecnología de búsqueda no significa rescatar más personas, sino hacerlo en menor tiempo, de forma más eficaz y con mayores garantías de éxito. Algunos de los ejes propuestos, como el tecnológico, se consideran relevantes y adecuados para el objetivo del proyecto, sin embargo, relacionar el rescate de personas únicamente con el fenómeno migratorio, y querer hacer de este tipo de emergencia un eje de acción, significa que no se ha comprendido la naturaleza y funciones de Salvamento Marítimo, cuya actividad pasa por atender emergencias en la mar de todo tipo: incendios, varadas, buques a la deriva, contaminación, etc..., y promueve valores en relación con la protección del medio ambiente marino y la seguridad en la navegación. Se considera, por tanto, que la propuesta sólo cumpliría en parte con los objetivos y valores de la Sociedad.

### **Torres y Carrera (10 puntos)**

El grado de innovación de algunos de los contenidos propuestos se considera adecuado, como la realización de eventos colaborativos, pero en general, las acciones propuestas no se consideran originales ni innovadoras. No se describe tampoco en qué medida los resultados esperados servirán para promover los valores y objetivos de la Sociedad y del proyecto iSAR.

Se considera positivamente que se garantice el sello FSC, lamentablemente no se ha incluido dentro de los criterios de valoración y no puede valorarse.