

## INFORME PARA SELECCIÓN DE OFERTAS

**CLAVE:** N1.908.016/8811

**ASUNTO:** SERVICIO DE ACTUACIONES DE COMUNICACIÓN  
Y DIVULGACIÓN DE LA CONFEDERACIÓN  
HIDROGRÁFICA DEL CANTÁBRICO, O.A. 2021-  
2023

---

CSV : GEN-303a-2364-8384-0dec-bc85-82a3-c6a5-4b5f

DIRECCIÓN DE VALIDACIÓN : <https://sede.administracion.gob.es/pagSedeFront/servicios/consultaCSV.htm>

FIRMANTE(1) : LUCIA CLAROS SUAREZ | FECHA : 05/11/2021 12:45 | Sin acción específica



ÍNDICE

1.- ANTECEDENTES.....1  
2.- RELACIÓN DE OFERTAS PRESENTADAS.....1  
3.- CRITERIOS DE VALORACIÓN.....2  
4.- VALORACIÓN DE LAS OFERTAS.....7  
5.- CONCLUSIONES.....15

Código seguro de Verificación : GEN-303a-2364-8384-0dec-bc85-82a3-c6a5-4b5f | Puede verificar la integridad de este documento en la siguiente dirección : <https://sede.administracion.gob.es/pagSedeFront/servicios/consult...>

---

CSV : GEN-303a-2364-8384-0dec-bc85-82a3-c6a5-4b5f

DIRECCIÓN DE VALIDACIÓN : <https://sede.administracion.gob.es/pagSedeFront/servicios/consultaCSV.htm>

FIRMANTE(1) : LUCIA CLAROS SUAREZ | FECHA : 05/11/2021 12:45 | Sin acción específica



## 1.- ANTECEDENTES

El anuncio de licitación del contrato de servicios para la realización de actuaciones de comunicación y divulgación de la Confederación Hidrográfica del Cantábrico, O.A. 2021-2023 se publicó en la Plataforma de Contratación del Sector Público el 18-9-2021 a las 15:45 horas. El valor estimado del contrato es de 455.988,18 € y el plazo de ejecución de 2 años.

El plazo de presentación de ofertas se fijó el 18-10-2021 a las 14:00 horas.

La apertura del sobre administrativo y criterios sometidos a juicios de valor (sobre/archivo electrónico nº 1) se realizó el día 19-10-2021 a las 09:30 horas.

La apertura del sobre con la oferta técnica (sobre/archivo electrónico nº 2) se realizó el día 26-10-2021 a las 09:30 horas.

La apertura del sobre con la oferta económica (sobre/archivo electrónico nº 3) se realizará el día 9-11-2021 a las 09:30 horas.

## 2.- RELACIÓN DE OFERTAS PRESENTADAS

Se acompaña apertura de proposiciones donde figuran las (7) SIETE ofertas presentadas.

**CUADRO Nº 1: OFERTAS PRESENTADAS**

ORDEN	EMPRESA
1	LEADERS COMUNICACIÓN, S.L.
2	CONMUNICA MEDIATRADER, S.L.U
3	ACEBAL COMUNICACIÓN S.L.
4	LICITACIONES BEL CONSULTORES, S.L.
5	EUROSTAR MEDIAGROUP, S.L.
6	GOOD NEWS TELEVISION SL
7	CÍRCULO DE COMUNICACIÓN, S.L.

No ha sido excluida en la apertura del Sobre (archivo electrónico) nº 1 ninguna de las ofertas presentadas.



### 3.- CRITERIOS DE VALORACIÓN

La valoración de las ofertas de los licitadores admitidos se realizará, en base a lo prescrito en el artículo 145 y 146 de la LCSP y las Cláusulas 9, 10, 12 y 13 del PCAP, atendiendo a los siguientes criterios:

#### 17.2.- CRITERIOS CUALITATIVOS CUYA CUANTIFICACION DEPENDE DE UN JUICIO DE VALOR

Se asigna una puntuación máxima a estos criterios (POTi) de 40 puntos de la puntuación máxima total de la oferta (**PTi**).

##### 17.2.1.- DESCRIPCIÓN Y PONDERACION DE LOS CRITERIOS

###### A.- Análisis general de la oferta técnica presentada (Máximo 5 puntos):

Considerando su adecuación a las tareas requeridas y detalle descriptivo de todas las actividades, con las siguientes puntuaciones posibles:

- EXCELENTE: 5,00 puntos
- BUENO: 4,00 puntos
- SUFICIENTE: 2,50 puntos
- ESCASO: 1,00 puntos
- MALO: 0,00 puntos

###### B.- Análisis de la planificación de los trabajos (Máximo 7,50 puntos):

Considerando la idoneidad de la dedicación de medios y tiempo dedicados a las diferentes tareas, con las siguientes puntuaciones posibles:

- EXCELENTE: 7,50 puntos
- BUENO: 5,00 puntos
- SUFICIENTE: 2,50 puntos
- ESCASO: 1,00 puntos
- MALO: 0,00 puntos

**C.- Análisis inicial de la situación del Organismo en cuanto a comunicación interna y definición de objetivos a alcanzar (Máximo 7,50 puntos), con las siguientes puntuaciones posibles:**

- EXCELENTE: 7,50 puntos
- BUENO: 5,00 puntos
- SUFICIENTE: 2,50 puntos



- ESCASO: 1,00 puntos
- MALO: 0,00 puntos

**D.- Análisis de la propuesta inicial de acciones a desarrollar para el cumplimiento de los objetivos propuestos, mediante la ejecución de los trabajos previstos en el artículo 2 del Pliego de prescripciones técnicas** (Máximo 20,00 puntos), con las siguientes puntuaciones posibles:

- EXCELENTE: 20,00 puntos
- BUENO: 15,00 puntos
- SUFICIENTE: 10,00 puntos
- ESCASO: 5,00 puntos
- MALO: 0,00 puntos

De acuerdo con lo establecido en el cuadro de características del PCAP, en la oferta técnica se incluirán de forma específica los siguientes contenidos:

- Medios humanos y materiales de los que se dispone y dedicación propuesta para el desarrollo de este contrato de servicios., que se valorará en criterio "Análisis de la planificación de los trabajos". De acuerdo a lo indicado en la Cláusula 8.1 del PCAP, al recogerse como criterio objetivo evaluable de forma automática la experiencia profesional de los técnicos que desarrollaran el trabajo, la oferta técnica NO podrá incluir ninguna referencia a la experiencia del personal que se propone para el desarrollo de este contrato de servicios, ni se incluirán los Currículum Vitae de los profesionales propuestos.
- Análisis inicial de la situación del Organismo en cuanto a comunicación interna y externa en:
  - medios de comunicación tradicionales
  - portal web institucional
  - redes sociales: Google Mybusiness, Facebook, Instagram, Youtube y Lindekin.
- Objetivos a alcanzar mediante el desarrollo del servicio en cada uno de los aspectos analizados.
- Propuesta inicial de acciones a desarrollar para el cumplimiento de los objetivos propuestos, mediante la ejecución de los trabajos previstos en el artículo 2 del Pliego de prescripciones técnicas.
- En la oferta se indicará el total de horas (se entiende que 8 horas equivalen a una jornada de trabajo efectivo) que se ofertan por cada perfil profesional.

### 17.3.- CRITERIOS OBJETIVOS EVALUABLES DE FORMA AUTOMÁTICA

Se asigna un máximo de 60 puntos a estos criterios y se les atribuye una ponderación (*ppe*) del setenta y cinco (60 %) de la puntuación máxima total de la oferta (*PTi*).



### 17.3.1.- DESCRIPCIÓN Y PONDERACION DE LOS CRITERIOS

#### 17.3.1.1.- CRITERIO PRECIO

Se valorará hasta un máximo de 40 puntos de acuerdo con el siguiente procedimiento:

Para determinar la puntuación del precio ( $PE_i$ ) se procede del siguiente modo:

1. Se asignarán ..... ( $P_{max}$ ) puntos a la oferta con precio más bajo ( $B_{max}$ ) que no haya sido rechazada).

2.- El resto de ofertas se valoran aplicando la siguiente fórmula:

$$PE_i = \frac{BO_i}{B_{max}} \times P_{max}$$

Siendo:

$PE_i$  = Puntuación del criterio precio ofertado.

$BO_i$  = Baja del precio en la oferta (i) que se valora expresada el tanto por cien (%).

$B_{max}$  = Baja del precio en la oferta con precio más bajo que no haya sido rechazada por ser anormalmente baja el tanto por cien (%).

La baja del precio ofertado ( $BO_i$ ) se calcula aplicando la siguiente fórmula:

$$BO_i = 100 ( 1 - OE_i / PL )$$

Siendo:

$BO_i$  = Baja del precio en la oferta (i)

$OE_i$  = Importe del precio en la oferta (i)

$PL$  = Presupuesto base de licitación

#### 17.3.1.2.- OTROS CRITERIOS

Se valorará hasta un máximo de 20 puntos. La puntuación de otros criterios, distintos del precio, evaluables de forma automática ( $POCA_i$ ) se determinará del siguiente modo:

**Criterio:** La experiencia del personal adscrito al contrato que vaya a ejecutar el mismo, a la que se le asigna un máximo de 20 puntos:

- Licenciado en Ciencias de la Información: Periodismo o Grado en Periodismo con, al menos, 2 años de experiencia en la realización de tareas semejantes a las descritas en los apartados 2.1 y 2.2 para una administración pública (debe ser la



misma persona requerida que se comprometió en el apartado 15.1.2. Compromiso de adscripción de medios personales)

- De más de 1 a 2 años de experiencia en la realización de tareas semejantes a las descritas en los apartados 2.1. y 2.2. para una administración pública: 5 puntos
- De más de 2 a 4 años de experiencia en la realización de tareas semejantes a las descritas en los apartados 2.1. y 2.2. para una administración pública: 7,5 puntos
- Más de 4 años de experiencia en la realización de tareas semejantes a las descritas en los apartados 2.1. y 2.2. para una administración pública: 10 puntos

Nota: Se entiende como administraciones públicas las incluidas en el ámbito subjetivo del artículo 2 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público.

La acreditación de la realización de las tareas se realizará mediante un certificado expedido por la administración para la que hayan prestado los servicios que refleje las tareas realizadas o bien mediante el pliego del servicio ejecutado.

- Licenciado/Grado en las áreas de Marketing, Publicidad y Relaciones Públicas, Comunicación Audiovisual o Periodismo, con al menos 1 año de experiencia en la realización de tareas semejantes a las descritas en el apartado 2.4, para una administración pública. (debe ser la misma persona requerida que se comprometió en el apartado 15.1.2. Compromiso de adscripción de medios personales)
  - De más de 1 a 2 años de experiencia en la realización de tareas semejantes a las descritas en el apartado 2.4. para una administración pública: 5 puntos
  - De más de 2 a 4 años de experiencia en la realización de tareas semejantes a las descritas en el apartado 2.4. para una administración pública: 7,5 puntos
  - Más de 4 años de experiencia en la realización de tareas semejantes a las descritas en el apartado 2.4. para una administración pública: 10 puntos

Nota: Se entiende como administraciones públicas las incluidas en el ámbito subjetivo del artículo 2 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público.

La acreditación de la realización de las tareas se realizará mediante un certificado expedido por la administración contratante que refleje las tareas realizadas o bien mediante el pliego del servicio ejecutado.

### **17.3.2.- PUNTUACION TOTAL DE LOS CRITERIOS EVALUABLES DE FORMA AUTOMATICA**

La puntuación para cada oferta de los criterios evaluables mediante de forma automática será:  $VE_i = PE_i + POCA_i$



#### 17.4.- VALORACIÓN GLOBAL DE LA OFERTA

La puntuación total (**PT<sub>i</sub>**) de cada oferta se obtendrá del siguiente modo:

- Puntuación de los criterios cuya ponderación depende de juicios de valor: 40
- Puntuación de los criterios evaluables de forma automática: 60

La puntuación total (PT<sub>i</sub>) deberá ser menor o igual a 100 puntos



#### 4.- VALORACIÓN DE LAS OFERTAS

A continuación, se realiza un análisis de cada una de las ofertas, siguiendo los criterios expuestos anteriormente.

La calificación empleada será cuantitativa, acompañada de un comentario.



LICITADOR Nº	1	EMPRESA:	LEADERS COMUNICACIÓN, S.L.
17.2.	CRITERIOS CUALITATIVOS CUYA CUANTIFICACIÓN DEPENDE DE UN JUICIO DE VALOR		Calificación
17.2.1.	DESCRIPCIÓN Y PONDERACIÓN DE CRITERIOS		
CRITERIO 1	Análisis general de la oferta presentada (0-5 puntos)		1,00
<p><b>Comentarios:</b> La oferta está poco trabajada, no analiza adecuadamente los aspectos que se indicaban en el cuadro de características (análisis de la situación inicial, propuesta de objetivos a alcanzar mediante el desarrollo del servicio en cada uno de los aspectos analizados) ni esboza cómo la empresa desarrollaría parte de los trabajos previstos en el pliego para cumplir los objetivos previstos. Las actuaciones a desarrollar, aparte de lo previsto en el pliego, son pocas y están poco desarrolladas.</p>			
CRITERIO 2	Análisis de la planificación de los trabajos (0-7,50 puntos)		2,50
<p><b>Comentarios:</b> Los medios humanos y los medios materiales propuestos se estiman adecuados para el desarrollo de los trabajos. Se incluyen 2 diseñadores de contenidos gráficos y audiovisuales. Aunque no se ofrece específicamente disponibilidad 24*7 sí se deduce que el servicio incluye situaciones de crisis o cobertura de eventos fuera de la jornada habitual de trabajo. Se planifican los trabajos, aunque las pautas de comunicación y coordinación con la dirección de los trabajos son muy genéricas y no se establecen procedimientos de trabajo detallados, por ejemplo, para la aceptación o rechazo de los trabajos por parte de la dirección de los trabajos.</p>			
CRITERIO 3	Análisis inicial de la situación del Organismo en cuanto a comunicación interna y definición de objetivos a alcanzar (0-7,50 puntos)		0,00
<p><b>Comentarios:</b> No se realiza un análisis de los posibles problemas de comunicación interna que pueden existir en un organismo perteneciente a la administración pública ni se definen objetivos a alcanzar.</p>			
CRITERIO 4	Análisis de la propuesta inicial de acciones a desarrollar para el cumplimiento de los objetivos propuestos, mediante la ejecución de los trabajos previstos en el artículo 2 del Pliego de prescripciones técnicas (0-20,00 puntos)		5,00
<p><b>Comentarios:</b> No se realiza un buen análisis de la situación actual del Organismo en los aspectos que se definían en el cuadro de características (comunicación interna y externa en medios de comunicación tradicionales, portal web institucional y redes sociales), llegando a obviar incluso la presencia del Organismo en redes sociales (el Organismo tiene perfiles en varias redes sociales desde octubre de 2020). Tampoco realiza una propuesta completa de objetivos a alcanzar, en relación con otras ofertas recibidas, y la propuesta de acciones a desarrollar, más allá de lo ya recogido en el pliego de prescripciones técnicas y que, por tanto, no es valorable, es también escasa. No se adelanta en la propuesta las temáticas o ejes que definirán la estrategia de comunicación, las temáticas sobre las que podrían tratar las notas de prensa, las temáticas de las publicaciones en redes sociales y el material divulgativo ni el diseño gráfico que se empleará, como sí se incluye en otras ofertas.</p>			



LICITADOR Nº	2	EMPRESA:	CONMUNICA MEDIATRADER, S.L.U
17.2.	CRITERIOS CUALITATIVOS CUYA CUANTIFICACIÓN DEPENDE DE UN JUICIO DE VALOR		Calificación
17.2.1.	DESCRIPCION Y PONDERACIÓN DE CRITERIOS		
CRITERIO 1	Análisis general de la oferta presentada (0-5,00 puntos)		2,50
<b>Comentarios:</b> La oferta no está bien estructurada, lo que dificulta la comprensión de los objetivos y acciones propuestas en cada línea de trabajo. No se incluyen todos los aspectos que se requerían en el cuadro de características.			
CRITERIO 2	Análisis de la planificación de los trabajos (0-7,50 puntos)		7,50
<b>Comentarios:</b> Los medios humanos y materiales propuestos se estiman suficientes y adecuados para el desarrollo de los trabajos. La empresa cuenta con un director de arte y diseñador. Se incluye disponibilidad 24*7 en el servicio de relación con los medios de comunicación y se comprometen a dar servicio en festivos y fines de semana a demanda del cliente. También es adecuada la planificación de los trabajos y se establecen procedimientos de trabajo detallados, por ejemplo, para la aceptación o rechazo de los trabajos por parte de la dirección de los trabajos.			
CRITERIO 3	Análisis inicial de la situación del Organismo en cuanto a comunicación interna y definición de objetivos a alcanzar (0-7,50 puntos)		0,00
<b>Comentarios:</b> No se realiza un análisis de los posibles problemas de comunicación interna que pueden existir en un organismo perteneciente a la administración pública ni se definen objetivos a alcanzar, aunque sí se incluyen propuestas de acciones a realizar en esta materia.			
CRITERIO 4	Análisis de la propuesta inicial de acciones a desarrollar para el cumplimiento de los objetivos propuestos, mediante la ejecución de los trabajos previstos en el artículo 2 del Pliego de prescripciones técnicas (0-20,00 puntos)		10,00
<b>Comentarios:</b> Se analizan las apariciones en medios del Organismo durante los últimos 6 meses y se clasifican por temáticas. También se realiza un análisis de la página web del Organismo, aunque no de forma detallada. No se analiza la actual presencia del Organismo en redes sociales. Los objetivos que se establecen son generales. Adelantan los drivers y propuesta de valor para CHCantábrico, que se consideran inadecuados, porque no están relacionados en absoluto con la labor que realiza el Organismo. Se proponen acciones respecto a las notas de prensa y noticias a publicar en el portal web, acciones de comunicación interna, que se consideran adecuadas, y respecto a la gestión de redes sociales. Se proponen acciones, adicionales a las incluidas en el pliego de prescripciones técnicas, generales, en relación con el apoyo al Organismo en sus relaciones con los medios de comunicación, relacionadas con la organización de eventos, con la gestión de situación de crisis y con la optimización de la página web. Adelantan una propuesta creativa y de temáticas para publicaciones en redes sociales y proponen la creación de una base de datos y de archivo documental accesible para CHCantábrico.			



LICITADOR Nº	3	EMPRESA:	ACEBAL COMUNICACIÓN, S.L.
17.2.	CRITERIOS CUALITATIVOS CUYA CUANTIFICACIÓN DEPENDE DE UN JUICIO DE VALOR		Calificación
17.2.1.	DESCRIPCIÓN Y PONDERACIÓN DE CRITERIOS		
CRITERIO 1	Análisis general de la oferta presentada (0-5,00 puntos)		2,50
<p><b>Comentarios:</b> Se analiza la situación inicial del Organismo en cuanto a comunicación externa en medios de comunicación tradicionales, portal web institucional y redes sociales y la oferta contiene casi todos los aspectos que se requerían en el cuadro de características aunque se incluyen pocos datos, pocos objetivos cuantitativos y la propuesta de acciones a desarrollar es escasa.</p>			
CRITERIO 2	Análisis de la planificación de los trabajos (0-7,50 puntos)		2,50
<p><b>Comentarios:</b> Los medios humanos se consideran adecuados para el desarrollo de los trabajos pero no se describen los medios materiales de los que dispone la empresa. Tampoco se indica si dispone de diseñadores propios. No se ofrece específicamente la disponibilidad 24*7 aunque se indica que el servicio de relación con los medios de comunicación se hará extensivo a días no laborables en situaciones de crisis. No se propone una metodología de coordinación entre la empresa y la dirección de los trabajos ni procedimientos de trabajo detallados, por ejemplo, para la aceptación o rechazo de los trabajos por parte de la dirección de los trabajos.</p>			
CRITERIO 3	Análisis inicial de la situación del Organismo en cuanto a comunicación interna y definición de objetivos a alcanzar (0-7,50 puntos)		2,50
<p><b>Comentarios:</b> Se realiza un diagnóstico de los problemas de comunicación interna y se propone un objetivo genérico, de reforzar la comunicación interna, para el que no se proponen acciones.</p>			
CRITERIO 4	Análisis de la propuesta inicial de acciones a desarrollar para el cumplimiento de los objetivos propuestos, mediante la ejecución de los trabajos previstos en el artículo 2 del Pliego de prescripciones técnicas (0-20,00 puntos)		5,00
<p><b>Comentarios:</b> Se analiza suficientemente la situación del Organismo en cuanto a comunicación interna y externa en medios de comunicación tradicionales, portal web institucional y redes sociales y se establecen objetivos generales y particulares a alcanzar. Se proponen algunas acciones concretas a desarrollar en relación con la comunicación en medios de comunicación tradicionales y la mejora del portal web y de la comunicación del Organismo en redes sociales, que se consideran adecuadas, incluyendo algunas adicionales a lo previsto en el pliego de prescripciones técnicas, pero la propuesta es escasa. No se proponen eventos concretos, ni las temáticas concretas de las campañas que se prevén realizar, ni se adelantan los diseños creativos que se realizarán como sí se incluye en otras ofertas. Tampoco se proponen acciones en materia de comunicación interna.</p>			



LICITADOR Nº	4	EMPRESA:	LICITACIONES BEL CONSULTORES, S.L.
17.2.	CRITERIOS CUALITATIVOS CUYA CUANTIFICACIÓN DEPENDE DE UN JUICIO DE VALOR		Calificación
17.2.1.	DESCRIPCIÓN Y PONDERACIÓN DE CRITERIOS		
CRITERIO 1	Análisis general de la oferta presentada (0-5,00 puntos)		1,00
<p><b>Comentarios:</b> La oferta está poco trabajada, no analiza adecuadamente los aspectos que se indicaban en el cuadro de características (análisis de la situación inicial, propuesta de objetivos específicos) ni define cómo la empresa desarrollaría parte de los trabajos previstos en el pliego para cumplir los objetivos previstos. Las actuaciones a desarrollar, aparte de lo previsto en el pliego, son pocas y están poco desarrolladas.</p>			
CRITERIO 2	Análisis de la planificación de los trabajos (0-7,50 puntos)		1,00
<p><b>Comentarios:</b> Se planifican los trabajos y se establece una metodología de coordinación entre la empresa y la dirección de los trabajos, aunque ambas cuestiones con carácter muy genérico. Se ofertan 2 perfiles a jornada completa pero no se indica si prestarán servicio en situaciones de crisis. Tampoco se indican los medios materiales de los que disponen ni si cuentan con diseñadores, maquetadores y productores de contenido audiovisual propios.</p>			
CRITERIO 3	Análisis inicial de la situación del Organismo en cuanto a comunicación interna y definición de objetivos a alcanzar (0-7,50 puntos)		1,00
<p><b>Comentarios:</b> No se realiza un análisis de la situación actual del Organismo pero sí se proponen objetivos (aunque genéricos para cualquier organismo o empresa).</p>			
CRITERIO 4	Análisis de la propuesta inicial de acciones a desarrollar para el cumplimiento de los objetivos propuestos, mediante la ejecución de los trabajos previstos en el artículo 2 del Pliego de prescripciones técnicas (0-20,00 puntos)		0,00
<p><b>Comentarios:</b> No se realiza un buen análisis de la situación actual del Organismo en los aspectos que se definían en el cuadro de características (comunicación interna y externa en medios de comunicación tradicionales, portal web institucional y redes sociales) llegando a obviar incluso la presencia del Organismo en redes sociales (el Organismo tiene perfiles en varias redes sociales desde octubre de 2020). No se realiza una propuesta completa de objetivos a alcanzar y la propuesta de acciones a desarrollar, más allá de lo ya recogido en el pliego de prescripciones técnicas y que, por tanto, no es valorable, es también incompleta. Se incluyen generalidades (teoría) sobre las redes sociales y la comunicación interna, pero se definen muy pocas acciones concretas para CHCantábrico. No se adelanta en la propuesta las temáticas o ejes que definirán la estrategia de comunicación, las temáticas sobre las que podrían tratar las notas de prensa, las temáticas de las publicaciones en redes sociales y el material divulgativo ni el diseño gráfico que se empleará, como sí se incluye en otras ofertas.</p>			



LICITADOR Nº	5	EMPRESA:	EUROSTAR MEDIAGROUP, S.L.
17.2.	CRITERIOS CUALITATIVOS CUYA CUANTIFICACIÓN DEPENDE DE UN JUICIO DE VALOR		Calificación
17.2.1.	DESCRIPCIÓN Y PONDERACIÓN DE CRITERIOS		
CRITERIO 1	Análisis general de la oferta presentada (0-5,00 puntos)		5,00
<b>Comentarios:</b> La oferta está bien estructurada, incluye todos los aspectos que se requerían en el cuadro de características, salvo en materia de comunicación interna. Se definen objetivos cualitativos y cuantitativos. La oferta está trabajada y es coherente.			
CRITERIO 2	Análisis de la planificación de los trabajos (0-7,50 puntos)		7,50
<b>Comentarios:</b> La planificación de los trabajos es adecuada y se incluyen procedimientos específicos de trabajo en relación con las redes sociales. Los medios humanos y materiales se consideran adecuados. En el equipo se incluye un diseñador gráfico y además la empresa pone a disposición del servicio su Departamento de Diseño, la división de Escucha Social de Sigma Dos y su productora audiovisual. También dispone de herramientas de analítica web, gestión y análisis de redes sociales, campañas SEO y SEM. Aunque no se indica el horario de trabajo del personal ni si cuentan con disponibilidad 24*7, se establece un sistema de guardias para la relación con los medios de comunicación y gestión de las redes sociales para los fines de semana.			
CRITERIO 3	Análisis inicial de la situación del Organismo en cuanto a comunicación interna y definición de objetivos a alcanzar (0-7,50 puntos)		1,00
<b>Comentarios:</b> No se analiza la situación actual del Organismo en cuanto a comunicación interna aunque, entre los objetivos específicos, se incluye el de generar cultura interna consciente del valor de la comunicación y los canales digitales.			
CRITERIO 4	Análisis de la propuesta inicial de acciones a desarrollar para el cumplimiento de los objetivos propuestos, mediante la ejecución de los trabajos previstos en el artículo 2 del Pliego de prescripciones técnicas (0-20,00 puntos)		20,00
<b>Comentarios:</b> Se realiza un buen análisis de la presencia actual del Organismo en medios de comunicación, en las redes sociales así como del portal web actual. Las propuestas de mejora y de acciones que se proponen ya en esta fase son coherentes con el análisis realizado. Se definen objetivos cualitativos, que se consideran adecuados, así como objetivos cuantitativos para el portal web, las redes sociales y los medios de comunicación tradicionales. Las prioridades y líneas de actuación de la estrategia de comunicación, que se adelantan ya en esta fase, se consideran adecuadas. Los enfoques propuestos son la comunicación de demanda y la comunicación verde. Las acciones a desarrollar se consideran adecuadas y se incluyen acciones adicionales a las previstas en el pliego de prescripciones técnicas, relacionadas, entre otras líneas de trabajo, con la generación de materiales de comunicación (motion graphics, vídeos GIF breves...), la preparación de entrevistas o el desarrollo de una estrategia de publicidad de pago en redes así como publicaciones en euskera y gallego con cargo a la empresa. Se propone ya en esa fase el diseño gráfico que se utilizará en la generación de material divulgativo/publicitario, que se considera adecuado, así como propuestas de publicaciones de redes sociales, cuyo diseño y temática también se considera adecuado a las necesidades del Organismo. No se proponen acciones de comunicación interna.			

CSV : GEN-303a-2364-8384-0dec-bc85-82a3-c6a5-4b5f

DIRECCIÓN DE VALIDACIÓN : <https://sede.administracion.gob.es/pagSedeFront/servicios/consultaCSV.htm>

FIRMANTE(1) : LUCIA CLAROS SUAREZ | FECHA : 05/11/2021 12:45 | Sin acción específica



LICITADOR Nº	6	EMPRESA:	GOOD NEWS TELEVISION SL
17.2.	CRITERIOS CUALITATIVOS CUYA CUANTIFICACIÓN DEPENDE DE UN JUICIO DE VALOR		Calificación
17.2.1.	DESCRIPCIÓN Y PONDERACIÓN DE CRITERIOS		
CRITERIO 1	Análisis general de la oferta presentada (0-5,00 puntos)		2,50
<p><b>Comentarios:</b> La oferta está bien estructurada y es coherente pero el análisis de la situación actual del Organismo no es completo y no se establecen objetivos. La propuesta de acciones, salvo en comunicación interna, es completa.</p>			
CRITERIO 2	Análisis de la planificación de los trabajos (0-7,50 puntos)		5,00
<p><b>Comentarios:</b> Los perfiles de los medios humanos y los medios materiales propuestos se estiman adecuados para el desarrollo de los trabajos, aunque no se ofrece disponibilidad 24*7, ni de forma genérica ni en situaciones de crisis. La empresa cuenta con un departamento de creatividad y diseño. La planificación de los trabajos es adecuada pero no se establecen procedimientos de trabajo detallados, por ejemplo, para la aceptación o rechazo de los trabajos por parte de la dirección de los trabajos.</p>			
CRITERIO 3	Análisis inicial de la situación del Organismo en cuanto a comunicación interna y definición de objetivos a alcanzar (0-7,50 puntos)		0,00
<p><b>Comentarios:</b> No se realiza un análisis de los posibles problemas de comunicación interna que pueden existir en un organismo perteneciente a la administración pública ni se definen objetivos a alcanzar. Tampoco se incluyen propuestas de acciones a realizar en esta materia.</p>			
CRITERIO 4	Análisis de la propuesta inicial de acciones a desarrollar para el cumplimiento de los objetivos propuestos, mediante la ejecución de los trabajos previstos en el artículo 2 del Pliego de prescripciones técnicas (0-20,00 puntos)		15,00
<p><b>Comentarios:</b> Se analiza la situación del Organismo en comunicación externa (medios de comunicación y redes sociales) pero no el portal web. Se propone una estrategia de comunicación basada en el papel de CHCantábrico en relación con la sostenibilidad y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Se establecen y priorizan 7 ejes, que se consideran adecuados, para reforzar la reputación del Organismo. Las acciones propuestas en cuanto a comunicación externa se consideran adecuadas. Se incluyen propuestas de acciones, adicionales a las incluidas en el pliego de prescripciones técnicas, en relación con las relaciones con los medios de comunicación, la generación de contenido audiovisual, la gestión redes sociales y la mejora del portal web. Se proponen ya en esta fase ideas de nuevas temáticas para las notas de prensa, propuesta de temáticas de las publicaciones en redes sociales y varios eventos concretos. No se incluye una propuesta creativa para las publicaciones en redes sociales ni para el material divulgativo. No se proponen acciones relacionadas con la comunicación interna.</p>			



LICITADOR Nº	6	EMPRESA:	CÍRCULO DE COMUNICACIÓN, S.L.
17.2.	CRITERIOS CUALITATIVOS CUYA CUANTIFICACIÓN DEPENDE DE UN JUICIO DE VALOR		Calificación
17.2.1.	DESCRIPCIÓN Y PONDERACIÓN DE CRITERIOS		
CRITERIO 1	Análisis general de la oferta presentada (0-5,00 puntos)		5,00
<p><b>Comentarios:</b> La oferta está bien estructurada, incluye todos los aspectos que se requerían en el cuadro de características, salvo el análisis de la comunicación interna actual del Organismo. Se definen objetivos cuantitativos en relación con la comunicación con medios tradicionales, con el incremento de las visitas y mejoras del portal web, con el incremento de la visibilidad del Organismo en redes sociales y con la mejora de la comunicación interna. La oferta está trabajada y es coherente.</p>			
CRITERIO 2	Análisis de la planificación de los trabajos (0-7,50 puntos)		7,50
<p><b>Comentarios:</b> Se propone una adecuada planificación de los trabajos, aunque es algo genérica, y se describen las pautas de comunicación y coordinación con la dirección de los trabajos. Se establecen procedimientos de trabajo detallados en relación con el trabajo en redes sociales. Los medios humanos y materiales propuestos se estiman suficientes y adecuados. Aunque no se ofrece un servicio 24*7, se ofrece un servicio de guardias para la atención a los medios y la difusión de mensajes en redes sociales en situaciones de crisis. La empresa cuenta con diseñadores, maquetadores y productores de contenido audiovisual propios.</p>			
CRITERIO 3	Análisis inicial de la situación del Organismo en cuanto a comunicación interna y definición de objetivos a alcanzar (0-7,50 puntos)		2,50
<p><b>Comentarios:</b> Aunque no se realiza un análisis de la situación del Organismo en cuanto a comunicación interna se establecen objetivos cuantitativos en esta materia y se proponen acciones.</p>			
CRITERIO 4	Análisis de la propuesta inicial de acciones a desarrollar para el cumplimiento de los objetivos propuestos, mediante la ejecución de los trabajos previstos en el artículo 2 del Pliego de prescripciones técnicas (0-20,00 puntos)		15,00
<p><b>Comentarios:</b> Se realiza un buen análisis de tanto la presencia actual del Organismo en medios de comunicación y redes sociales como del portal web del Organismo. Las propuestas de mejora y de acciones que se proponen ya en esta fase son coherentes con el análisis realizado e incluyen objetivos cuantitativos. Las acciones propuestas tanto en comunicación externa (con medios de comunicación, portal web, redes sociales, comunicación de crisis, gestión de material divulgativo y publicitario) se consideran adecuadas. Se proponen nuevos enfoques para la comunicación con medios, eventos concretos, mejoras concretas en la página web y mejoras en cuanto a la gestión de las redes sociales pero no se adelanta en la propuesta las temáticas o ejes que definirán la estrategia de comunicación, las temáticas de las publicaciones en redes sociales ni del material divulgativo ni el diseño gráfico que se empleará.</p>			



## 5.- CONCLUSIONES

Al concurso se han presentado un total de (7) SIETE proposiciones de otras tantas empresas.

Se ha procedido a evaluarlas conforme a los criterios técnicos establecidos en el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares vigente en el concurso y reflejados en el apartado 3 del presente informe.

De la valoración técnica de las ofertas, las empresas obtienen las puntuaciones siguientes:

1	LEADERS COMUNICACIÓN, S.L.	8,50
2	CONMUNICA MEDIATRADER, S.L.U.	20,00
3	ACEBAL COMUNICACIÓN S.L.	12,50
4	LICITACIONES BEL CONSULTORES, S.L.	3,00
5	EUROSTAR MEDIAGROUP, S.L.	33,50
6	GOOD NEWS TELEVISION SL	22,50
7	CÍRCULO DE COMUNICACIÓN, S.L.	30,00

Se realizan 2 consideraciones adicionales:

- La empresa ACEBAL COMUNICACIÓN SL incluye en su oferta referencia a los nombres de las personas que integrarían el equipo asignado al servicio.
- La empresa CÍRCULO DE COMUNICACIÓN incluye en su oferta referencia a los currículums de sus socios fundadores, aunque no de los perfiles que integrarían el equipo asignado al servicio.

Entendiendo que, con el presente informe, se da cumplimiento al mandato de la Mesa de Contratación en su reunión del 26 de octubre de 2021, se firma en Oviedo.

Por la Comisión Técnica,

Lucía Claros Suárez  
(Firmado electrónicamente)

