

F09026AF0DF22134022F230E3928601D



Justificante de firma de documento

Fecha de generación: 15/07/2020 14:06

Nombre del documento: Acta igualdad

Relación de firmantes

Datos del firmante	Grafo de firma manual	Fecha de firma	Información de firma
ENCARNACION FERRER PIQUER		15/07/2020 10:51	Firma
NATALIA GARZARAN FUERTES		15/07/2020 12:14	Contrafirma

Este documento es un justificante de firma que permite recuperar el archivo de firma digital original (el único con validez legal) introduciendo el código CSV ubicado en el margen izquierdo en la siguiente dirección: <https://sedempr.gob.es/es/sede/csv>



ACTA DE LA MESA DE CONTRATACIÓN

Fecha y hora de celebración

14 de julio de 2020 a las 10:00:00

Lugar de celebración

Virtual

Asistentes

PRESIDENTA

Dña. Natalia Garzarán Fuertes, Subdirectora General de Oficina Presupuestaria y Gestión Económica

SECRETARIA

Dña. Encarnación Ferrer Piquer, jefa de sección de la Oficina Presupuestaria y Gestión Económica

VOCALES

Dña. Violeta Roca Valero, Abogada del Estado-Jefe en el Ministerio de Igualdad

D. José Luis Jacobo Burguillo, Interventor Delegado,

D. Juan Carlos Peláez Llovio, Oficial Mayor

D. Julián Hernández Vigliano, Subdirector General de Tecnologías de la Información y Comunicaciones.

Dña. Isabel Suárez Díaz, Vocal asesora del Gabinete Técnico del Subsecretario

Dña. María Antonia Gómez de Merodio Nieto, Subdirectora General Adjunta de Oficina Presupuestaria y de Gestión Económica

D. Gonzalo Sanz Pérez, Vocal asesor de la Unidad de Apoyo de la Dirección General de Logística Informativa, de la Secretaría de Estado de Comunicación

D. David Lafuente Durán, Vocal Asesor de la Secretaría de Estado de Igualdad y contra la Violencia de Género

Orden del día

1. Estudio del informe de valoración y apertura archivo electrónico nº 2. Servicio de creatividad, diseño, realización y producción de una campaña de concienciación social contra la violencia de género dirigida a la población adolescente durante 2020. Expte 202004PAS002.

2. Estudio del informe de valoración y apertura archivo electrónico nº 2. Servicio de creatividad, diseño, realización y producción de una campaña de concienciación social contra la violencia de género dirigida a la población general durante 2020. Expte 202004PAS003.

3. Estudio del informe de valoración y apertura archivo electrónico nº 2. Servicio de creatividad, diseño, realización y producción de una campaña de concienciación social contra la violencia de género dirigida a la población masculina durante 2020. Expte 202004PAS004.

Se Expone

"Como consecuencia de las excepcionales circunstancias relacionadas con el COVID 19, la sesión se celebra por medios electrónicos al amparo de lo dispuesto en el artículo 17 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público".

1. Estudio del informe de valoración y apertura archivo electrónico nº 2. Servicio de creatividad, diseño, realización y producción de una campaña de concienciación social contra la violencia de género dirigida a la población adolescente durante 2020. Expte 202004PAS002.

En primer lugar, se da cuenta de que el pasado 9 de julio los miembros de la Mesa examinaron la **documentación presentada por el licitador MEMOLATUCARA S.L.**, que había sido admitido provisionalmente en la Mesa celebrada el pasado 7 de julio, considerándola completa. Tras esta subsanación, la oferta técnica de MEMOLATUCARA S.L. se trasladó ese mismo día a los técnicos para incluirla en el informe sobre los criterios sometidos a juicios de valor.



F09026AF0DF22134022F230E3928601D



En segundo lugar, se da lectura del informe remitido por los servicios técnicos del órgano de contratación.

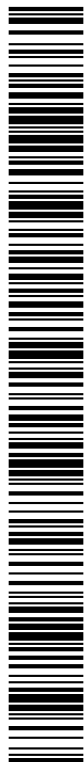
Revisadas las ofertas presentadas y considerando que los servicios técnicos proponen en su informe la exclusión de determinadas licitadoras, la Mesa de Contratación **procede a la exclusión de las siguientes empresas** por los motivos que se exponen seguidamente:

	LICITADOR	MOTIVO DE EXCLUSIÓN
1	BUM BLASI URGELL MORALES, S.L.	Presenta más de una propuesta creativa de cuña para plataformas digitales y más de dos propuestas de piezas gráficas para carteles, no siendo posible determinar cuál de las propuestas creativas de cuña para plataformas digitales, así como cuáles de las propuestas de piezas gráficas para carteles han de valorarse.
2	DIMENSION MARKETING DIRECTO, SL	Presenta más de dos propuestas de piezas gráficas para carteles, no siendo posible determinar cuáles de las propuestas de piezas gráficas para carteles han de valorarse.
3	POOL CREACIONES PUBLICITARIAS, S.L.	Presenta más de dos propuestas de piezas gráficas para carteles, no siendo posible determinar cuáles de las propuestas de piezas gráficas para carteles han de valorarse.
4	QUALITY MEDIA PRODUCCIONES SL	Incluye información en el archivo electrónico número 1 (Documentación administrativa y criterios basados en juicios de valor) correspondiente al archivo electrónico número 2 (Criterios automáticos), en concreto relativa a experiencia y personal cuya adscripción se valora como criterio de adjudicación sujeto a fórmula. La Mesa procede a su exclusión considerando que, de acuerdo al artículo 157.2 de la LCSP, “cuando, de conformidad con lo establecido en el artículo 145 se utilicen una pluralidad de criterios de adjudicación, los licitadores deberán presentar la proposición en dos sobres o archivos electrónicos: uno con la documentación que deba ser valorada conforme a los criterios cuya ponderación depende de un juicio de valor, y el otro con la documentación que deba ser valorada conforme a criterios cuantificables mediante la mera aplicación de fórmulas”. Además, de conformidad con el artículo 139.2 de la citada LCSP, se establece que “las proposiciones serán secretas, y se garantizarán los medios hasta el momento de apertura de las proposiciones”.
5	THE BOX ADVERTISING SL	Presenta más de una propuesta creativa de cuña para plataformas digitales y más de dos propuestas de piezas gráficas para carteles, no siendo posible determinar cuáles de las propuestas de piezas gráficas para carteles han de valorarse.

Asimismo, respecto a la exclusión de BUM BLASI URGELL MORALES, S.L., DIMENSION MARKETING DIRECTO, S.L., POOL CREACIONES PUBLICITARIAS, S.L. y THE BOX ADVERTISING SL, la Mesa de Contratación justifica su decisión en la aplicación de los principios propios de la contratación pública de **igualdad de trato y no discriminación, de acuerdo con lo siguiente:**

- De conformidad con el artículo 139. 1 de la LCSP, “**las proposiciones de los interesados deberán ajustarse a los pliegos** y documentación que rigen la licitación, y su presentación supone la aceptación incondicionada por el empresario del contenido de la totalidad de sus cláusulas o condiciones, sin salvedad o reserva alguna”.
- El principio de unicidad de la oferta recogido en el artículo 139.3 de la LCSP, según el cual “**cada licitador no podrá presentar más de una proposición**, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 147 sobre admisibilidad de variantes o mejoras”. Al respecto, el punto 8.2 de la Hoja Resumen del PCAP recoge, entre otros, una propuesta creativa de cuña para plataformas digitales y dos propuestas de piezas gráficas para carteles, habiendo presentado los licitadores citados anteriormente, en su caso, más de una cuña y/o más de dos propuestas de piezas gráficas.
- El órgano de contratación recibió **consultas a través de la Plataforma de Contratación del Sector Público** por parte de los licitadores sobre el número de propuestas de piezas gráficas para carteles, respondiendo a las mismas concretando que no se podrían presentar más proposiciones de las indicadas en el PCAP.

Las puntuaciones obtenidas sobre los criterios sometidos a juicios de valor por las empresas admitidas son las



F09026AF0DF22134022F230E3928601D



siguientes:

- Punto 8.2.1 de la Hoja Resumen del PCAP:

	LICITADOR	PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO (0-20)			TOTAL PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO (0-20)
		Calidad de la propuesta (0-10)	Penetración del mensaje (0-7)	Coordinación entre piezas (0-3)	
1	ALCANDORA PUBLICIDAD, S.L	8	6	2	16
2	MEMOLATUCARA SL	10	7	3	20
3	SEPTEMBER WORLDWIDE, S.L.	6	3	1,5	10,5
4	TELSON SERVICIOS AUDIOVISUALES	7	3	1	11

- Punto 8.2.2 de la Hoja Resumen del PCAP:

	LICITADOR	CARACTERÍSTICAS DE LA PROPUESTA PARA INTERNET (0-25)					TOTAL CARACTERÍSTICAS DE LA PROPUESTA PARA INTERNET (0-25)	
		Estrategias de redes sociales (0-7)	Calidad spot internet (0-7)	Adaptabilidad multiplataforma (0-3)	Impacto y difusión (0-2'5)	Propuesta de cuña (0-3)		Guion de spot (0-2'5)
1	ALCANDORA PUBLICIDAD, S.L	6	7	3	1,75	3	2	22,75
2	MEMOLATUCARA SL	7	7	2	2,5	3	2	23,5
3	SEPTEMBER WORLDWIDE, S.L.	3	6	1,5	1,5	2	2	16
4	TELSON SERVICIOS AUDIOVISUALES	3	6	1,5	1,5	2	0	14

Las puntuaciones totales obtenidas por las empresas admitidas por los criterios relacionados con la calidad que dependen de un juicio de valor (apartado 8.2 de la Hoja Resumen) son las siguientes:

	LICITADOR	PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO (0-20)	CARACTERÍSTICAS DE LA PROPUESTA PARA INTERNET (0-25)	TOTAL CRITERIOS SOMETIDOS A UN JUICIO DE VALOR (0-45)
1	ALCANDORA PUBLICIDAD, S.L	16	22,75	38,75
2	MEMOLATUCARA SL	20	23,5	43,5
3	SEPTEMBER WORLDWIDE, S.L.	10,5	16	26,5
4	TELSON SERVICIOS AUDIOVISUALES	11	14	25

En tercer lugar, se procede a la apertura de la documentación correspondiente a la valoración de los criterios cuantificables automáticamente, de conformidad con el siguiente resultado:

	LICITADOR	OFERTA ECONÓMICA SIN IVA	CRITERIOS RELACIONADOS CON LA CALIDAD		
			PERSONA EXPERTA EN MATERIA DE EDUCACIÓN AFECTIVA SEXUAL (SI/NO), (0-2)	DIRECTOR CREATIVO CON EXPERIENCIA (Si/No), (0-2)	DIRECTOR DE PRODUCCIÓN DIGITAL CON EXPERIENCIA (Si/No), (0-2)
1	ALCANDORA PUBLICIDAD, S.L	38.400,00 €	Sí	Sí	Sí
2	MEMOLATUCARA SL	70.400,00 €	Sí	Sí	Sí
3	SEPTEMBER WORLDWIDE, S.L.	66.400,00 €	Sí	Sí	Sí
4	TELSON SERVICIOS AUDIOVISUALES	64.400,00 €	Sí	Sí	Sí



F09026AF0DF22134022F230E3928601D



Seguidamente se analiza la posible existencia de valores anormales o desproporcionados, de acuerdo con lo establecido en la cláusula 15.6 del PCAP. Conforme a la citada cláusula, será el precio el criterio de adjudicación que se analizará para examinar si la oferta es anormal o desproporcionada, conforme a lo previsto en el artículo 85 del RGLCAP.

De acuerdo con el artículo 85.4 del RGLCAP se considerarán desproporcionadas o temerarias las ofertas “cuando concurren cuatro o más licitadores, las que sean inferiores en más de 10 unidades porcentuales a la media aritmética de las ofertas presentadas. No obstante, si entre ellas existen ofertas que sean superiores a dicha media en más de 10 unidades porcentuales, se procederá al cálculo de una nueva media sólo con las ofertas que no se encuentren en el supuesto indicado. En todo caso, si el número de las restantes ofertas es inferior a tres, la nueva media se calculará sobre las tres ofertas de menor cuantía”. Los cálculos proyectan el siguiente resultado:

	LICITADOR	OFERTA ECONÓMICA SIN IVA	% DE BAJA
1	ALCANDORA PUBLICIDAD, S.L	38.400,00 €	-35,89%
2	MEMOLATUCARA SL	70.400,00 €	17,53%
3	SEPTEMBER WORLDWIDE, S.L.	66.400,00 €	10,85%
4	TELSON SERVICIOS AUDIOVISUALES	64.400,00 €	7,51%

Según lo descrito anteriormente (artículo 85.4 RGLSCP), se procede al cálculo de una nueva media con las tres ofertas de menor cuantía:

	LICITADOR	OFERTA ECONÓMICA SIN IVA	% DE BAJA
1	ALCANDORA PUBLICIDAD, S.L	38.400,00 €	-31,91%
2	SEPTEMBER WORLDWIDE, S.L.	66.400,00 €	17,73%
3	TELSON SERVICIOS AUDIOVISUALES	64.400,00 €	14,18%

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 159. 4 f), la Mesa procede a la evaluación y clasificación de las ofertas, según los criterios establecidos en el punto 8 de la Hoja Resumen del PCAP:

	LICITADOR	PUNTUACIÓN OFERTA ECONÓMICA SIN IVA (0-49)	PUNTUACIÓN CRITERIOS RELACIONADOS CON LA CALIDAD (0-6)	TOTAL PUNTUACIÓN CRITERIOS EVALUABLES AUTOMÁTICAMENTE
1	ALCANDORA PUBLICIDAD, S.L	49,00	6	55
2	TELSON SERVICIOS AUDIOVISUALES	29,22	6	35,22
3	SEPTEMBER WORLDWIDE, S.L.	28,34	6	34,34
4	MEMOLATUCARA SL	26,73	6	32,73

La puntuación total obtenida por los licitadores es la siguiente:

	LICITADOR	CRITERIOS SOMETIDOS A UN JUICIO DE VALOR (0-45)	CRITERIOS EVALUABLES MEDIANTE FÓRMULAS (0-55)	PUNTUACIÓN FINAL
1	ALCANDORA PUBLICIDAD, S.L	38,75	55	93,75
2	MEMOLATUCARA SL	43,5	32,73	76,23
3	SEPTEMBER WORLDWIDE, S.L.	26,5	34,34	60,84
4	TELSON SERVICIOS AUDIOVISUALES	25	35,22	60,22

Tras el análisis por parte de la Mesa de contratación, se propone a la empresa **ALCANDORA PUBLICIDAD, S.L.**, al obtener la mejor puntuación, para que justifique en un plazo de 5 días hábiles desde el envío de la comunicación, todos los elementos de su oferta en los que se muestra que incurre en una baja desproporcionada.



F09026AF0DF22134022F230E3928601D



2. Estudio del informe de valoración y apertura archivo electrónico nº 2. Servicio de creatividad, diseño, realización y producción de una campaña de concienciación social contra la violencia de género dirigida a la población general durante 2020. Expte 202004PAS003.

En primer lugar, se da lectura del informe remitido por los servicios técnicos del órgano de contratación.

Revisadas las ofertas presentadas y considerando que los servicios técnicos proponen en su informe la exclusión de determinadas licitadoras, la Mesa de Contratación **procede a la exclusión de las siguientes empresas** por los motivos que se exponen seguidamente:

	LICITADOR	MOTIVO DE EXCLUSIÓN
1	ADSOLUT S.L	Presenta dos guiones de texto diferentes para una propuesta creativa de cuña de radio, no siendo posible determinar cuál de las dos alternativas presentadas ha de valorarse como guion de texto para la propuesta creativa de cuña de radio.
2	BABYDOG ARTE Y COMUNICACIÓN S.L	Presenta dos guiones de texto diferentes para una propuesta creativa de cuña de radio, no siendo posible determinar cuál de las dos alternativas presentadas han de seleccionarse para su valoración como guion de texto para la propuesta creativa de cuña de radio
3	CONEXMA SERVICIOS DE MARKETING S.L.	Incluye información en el archivo electrónico número 1 (Documentación administrativa y criterios basados en juicios de valor) correspondiente al archivo electrónico número 2 (Criterios automáticos), en concreto relativa a experiencia y personal cuya adscripción se valora como criterio de adjudicación sujeto a fórmula. La Mesa procede a su exclusión considerando que, de acuerdo al artículo 157.2 de la LCSP, “cuando, de conformidad con lo establecido en el artículo 145 se utilicen una pluralidad de criterios de adjudicación, los licitadores deberán presentar la proposición en dos sobres o archivos electrónicos: uno con la documentación que deba ser valorada conforme a los criterios cuya ponderación depende de un juicio de valor, y el otro con la documentación que deba ser valorada conforme a criterios cuantificables mediante la mera aplicación de fórmulas”. Además, de conformidad con el artículo 139.2 de la citada LCSP, se establece que “las proposiciones serán secretas, y se garantizarán los medios hasta el momento de apertura de las proposiciones”.
4	MULTIPLATFORM CONTENT S.L.	Presenta más de dos propuestas de piezas gráficas para carteles, no siendo posible determinar cuáles de las propuestas de piezas gráficas para carteles han de seleccionarse para su valoración
5	QUALITY MEDIA PRODUCCIONES SL	Incluye información en el archivo electrónico número 1 (Documentación administrativa y criterios basados en juicios de valor) correspondiente al archivo electrónico número 2 (Criterios automáticos), en concreto relativa a experiencia y personal cuya adscripción se valora como criterio de adjudicación sujeto a fórmula. La Mesa procede a su exclusión considerando que, de acuerdo al artículo 157.2 de la LCSP, “cuando, de conformidad con lo establecido en el artículo 145 se utilicen una pluralidad de criterios de adjudicación, los licitadores deberán presentar la proposición en dos sobres o archivos electrónicos: uno con la documentación que deba ser valorada conforme a los criterios cuya ponderación depende de un juicio de valor, y el otro con la documentación que deba ser valorada conforme a criterios cuantificables mediante la mera aplicación de fórmulas”. Además, de conformidad con el artículo 139.2 de la citada LCSP, se establece que “las proposiciones serán secretas, y se garantizarán los medios hasta el momento de apertura de las proposiciones”.
6	ZAPPING PUBLICIDAD S.L.	Presenta dos guiones de texto diferentes para una propuesta creativa de cuña de radio, no siendo es determinar cuál de las dos alternativas presentadas ha de seleccionarse para su valoración como guion de texto para la propuesta creativa de cuña de radio.

Asimismo, respecto a la exclusión de ADSOLUT S.L, BABYDOG ARTE Y COMUNICACIÓN S.L, MULTIPLATFORM CONTENT S.L. y ZAPPING PUBLICIDAD S.L, la Mesa de Contratación justifica su decisión en la aplicación de los principios propios de la contratación pública de **igualdad de trato y no discriminación, de acuerdo con lo siguiente:**



F09026AF0DF22134022F230E3928601D



- a) De conformidad con el artículo 139. 1 de la LCSP, “**las proposiciones de los interesados deberán ajustarse a los pliegos** y documentación que rigen la licitación, y su presentación supone la aceptación incondicionada por el empresario del contenido de la totalidad de sus cláusulas o condiciones, sin salvedad o reserva alguna”.
- b) El principio de unicidad de la oferta recogido en el artículo 139.3 de la LCSP, según el cual “**cada licitador no podrá presentar más de una proposición**, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 147 sobre admisibilidad de variantes o mejoras”. Al respecto, el punto 8.2 de la Hoja Resumen del PCAP recoge, entre otros, una propuesta creativa de cuña para plataformas digitales y dos propuestas de piezas gráficas para carteles, habiendo presentado los licitadores citados anteriormente, en su caso, más de una cuña y/o más de dos propuestas de piezas gráficas.
- c) El órgano de contratación recibió **consultas a través de la Plataforma de Contratación del Sector Público** por parte de los licitadores sobre el número de propuestas de piezas gráficas para carteles, respondiendo a las mismas concretando que no se podrían presentar más proposiciones de las indicadas en el PCAP.

Las puntuaciones obtenidas sobre los criterios sometidos a juicios de valor por las empresas admitidas son las siguientes:

- Punto 8.2.1 de la Hoja Resumen del PCAP:

	LICITADOR	PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO (0-10)			TOTAL PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO (0-10)
		Calidad de la propuesta (0-5)	Penetración del mensaje (0-3)	Coordinación entre piezas (0-2)	
1	DISEÑOPAGINAWEB S.L.	3	2	1	6
2	DI7, S.L	4	2,5	2	8,5
3	ONDA MEDIAPLAN SL	3	1,5	1,5	6
4	TELSON SERVICIOS AUDIOVISUALES	2	1	1,5	4,5

- Punto 8.2.2 de la Hoja Resumen del PCAP:

	LICITADOR	CARACTERÍSTICAS DE LA PROPUESTA CREATIVA DE SPOT (0-16)					TOTAL CARACTERÍSTICAS DE LA PROPUESTA CREATIVA DE SPOT (0-16)	
		Planteamiento general (0-4'5)	Originalidad respecto a campaña anteriores (0-3)	Calidad de diseño de las piezas (0-2)	Grado de adaptación del spot (0-2)	Capacidad de penetración del mensaje en el target (0-2)		Guion de spot (0-2'5)
1	DISEÑOPAGINAWEB S.L.	3	1	1,5	1,5	1,5	2	10,50
2	DI7, S.L	4	2,5	2	2	2	1,5	14,00
3	ONDA MEDIAPLAN SL	3	1,5	1	1,5	1	1,5	9,50
4	TELSON SERVICIOS AUDIOVISUALES	3	2	2	0,5	0,5	0	8,00

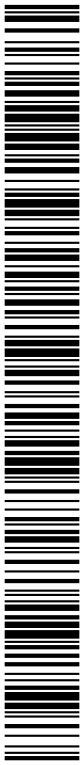
- Punto 8.2.3 de la Hoja Resumen del PCAP:

	LICITADOR	CARACTERÍSTICAS DE LA PROPUESTA CREATIVA PARA INTERNET (0-10)			TOTAL CARACTERÍSTICAS DE LA PROPUESTA CREATIVA PARA INTERNET (0-10)
		Calidad de las estrategias de redes sociales (0-5)	Adaptabilidad multiplataforma (0-2)	Capacidad para lograr un mayor impacto y difusión (0-3)	
1	DISEÑOPAGINAWEB S.L.	2	1	1,5	4,50
2	DI7, S.L	4	1,5	2	7,50
3	ONDA MEDIAPLAN SL	3	2	1,5	6,50
4	TELSON SERVICIOS AUDIOVISUALES	0	1	0	1,00



F09026AF0DF22134022F230E3928601D





F09026AF0DF22134022F230E3928601D



- Punto 8.2.4 de la Hoja Resumen del PCAP:

		CARACTERÍSTICAS DE LA PROPUESTA PARA MEDIOS DE EXPRESIÓN GRÁFICA Y EXTERIOR (0-6)		
LICITADOR	Originalidad, carácter innovador y capacidad de impacto (0-4)	Calidad de diseño de los elementos gráficos (0-2)	TOTAL CARACTERÍSTICAS DE LA PROPUESTA PARA MEDIOS DE EXPRESIÓN GRÁFICA Y EXTERIOR (0-6)	
1	DISEÑOPAGINAWEB S.L.	1,5	1	2,50
2	DI7, S.L	3	1	4,00
3	ONDA MEDIAPLAN SL	2	1	3,00
4	TELSON SERVICIOS AUDIOVISUALES	1	1	2,00

- Punto 8.2.5 de la Hoja Resumen del PCAP:

		CARACTERÍSTICAS DE LA PROPUESTA CREATIVA DE RADIO (0-3)	
LICITADOR			
1	DISEÑOPAGINAWEB S.L.		1
2	DI7, S.L		2
3	ONDA MEDIAPLAN SL		2
4	TELSON SERVICIOS AUDIOVISUALES		1,5

Las puntuaciones totales obtenidas por las empresas admitidas por los criterios relacionados con la calidad que dependen de un juicio de valor (apartado 8.2 de la Hoja Resumen) son las siguientes:

		CRITERIOS RELACIONADOS CON LA CALIDAD QUE DEPENDEN DE UN JUICIO DE VALOR (0-45)					
LICITADOR	Planteamiento estratégico (0-10)	Características de la propuesta creativa de spot (0-16)	Características de la propuesta creativa para Internet (0-10)	Características de la propuesta creativa para medios de expresión gráfica y exterior (0-6)	Características de la propuesta creativa de radio (0-3)	TOTAL CRITERIOS RELACIONADOS CON LA CALIDAD QUE DEPENDEN DE UN JUICIO DE VALOR (0-45)	
1	DISEÑOPAGINAWEB S.L.	6,00	10,50	4,50	2,50	1,00	24,50
2	DI7, S.L	8,50	14,00	7,50	4,00	2,00	36,00
3	ONDA MEDIAPLAN SL	6,00	9,50	6,50	3,00	2,00	27,00
4	TELSON SERVICIOS AUDIOVISUALES	4,50	8,00	1,00	2,00	1,50	17,00

En segundo lugar, se procede a la apertura de la documentación correspondiente a la valoración de los criterios cuantificables automáticamente, de conformidad con el siguiente resultado:

	LICITADOR	OFERTA ECONÓMICA SIN IVA	CRITERIOS RELACIONADOS CON LA CALIDAD		
			PERSONA EXPERTA EN MATERIA DE EDUCACIÓN AFECTIVA SEXUAL (SI/NO), (0-2)	DIRECTOR CREATIVO CON EXPERIENCIA (Si/No), (0-2)	DIRECTOR DE PRODUCCIÓN DIGITAL CON EXPERIENCIA (Si/No), (0-2)
1	DISEÑOPAGINAWEB S.L.	52.300,00 €	Sí	Sí	Sí
2	DI7, S.L	79.900,00 €	Sí	Sí	Sí
3	ONDA MEDIAPLAN SL	74.145,00 €	No	Sí	Sí
4	TELSON SERVICIOS AUDIOVISUALES	81.500,00 €	Sí	Sí	Sí

Seguidamente se analiza la posible existencia de valores anormales o desproporcionados, de acuerdo con lo establecido en la cláusula 15.6 del PCAP. Conforme a la citada cláusula, será el precio el criterio de adjudicación que se analizará para examinar si la oferta es anormal o desproporcionada, conforme a lo previsto en el artículo 85 del RGLCAP.

De acuerdo con el artículo 85.4 del RGLCAP se considerarán desproporcionadas o temerarias las ofertas “cuando concurren cuatro o más licitadores, las que sean inferiores en más de 10 unidades porcentuales a la media aritmética de las ofertas presentadas. No obstante, si entre ellas existen ofertas que sean superiores a dicha media en más de 10 unidades porcentuales, se procederá al cálculo de una nueva media sólo con las ofertas que no se encuentren en el supuesto indicado. En todo caso, si el número de las restantes ofertas es inferior a tres, la nueva media se calculará sobre las tres ofertas de menor cuantía”. Los cálculos proyectan el siguiente resultado:

	LICITADOR	OFERTA ECONÓMICA SIN IVA	% DE BAJA
1	DISEÑOPAGINAWEB S.L.	52.300,00 €	-27,32%
2	DI7, S.L	79.900,00 €	11,03%
3	ONDA MEDIAPLAN SL	74.145,00 €	3,03%
4	TELSON SERVICIOS AUDIOVISUALES	81.500,00 €	13,26%

Según lo descrito anteriormente (artículo 85.4 RGLSCP), se procede al cálculo de una nueva media considerando las tres ofertas de menor cuantía:

	LICITADOR	OFERTA ECONÓMICA SIN IVA	% DE BAJA
1	DISEÑOPAGINAWEB S.L.	52.300,00 €	-23,96%
2	DI7, S.L	79.900,00 €	16,16%
3	ONDA MEDIAPLAN SL	74.145,00 €	7,80%

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 159. 4 f), la Mesa procede a la evaluación y clasificación de las ofertas, según los criterios establecidos en el punto 8 de la Hoja Resumen del PCAP:

	LICITADOR	PUNTUACIÓN PROPUESTA ECONÓMICA (0-49)	CRITERIOS RELACIONADOS CON LA CALIDAD (0-6)	PUNTUACIÓN CRITERIOS EVALUABLES MEDIANTE FÓRMULAS (0-55)
1	DISEÑOPAGINAWEB S.L.	49	6	55
2	DI7, S.L	32,07	6	38,07
3	ONDA MEDIAPLAN SL	34,56	4	38,57
4	TELSON SERVICIOS AUDIOVISUALES	31,44	6	37,44

La puntuación total obtenida por los licitadores es la siguiente:

	LICITADOR	CRITERIOS SOMETIDOS A UN JUICIO DE VALOR (0-45)	CRITERIOS EVALUABLES MEDIANTE FÓRMULAS (0-55)	PUNTUACIÓN FINAL
1	DISEÑOPAGINAWEB S.L.	24,50	55	79,50
2	DI7, S.L	36,00	38,07	74,07
3	ONDA MEDIAPLAN SL	27,00	38,57	65,56
4	TELSON SERVICIOS AUDIOVISUALES	17,00	37,44	54,44

Tras el análisis por parte de la Mesa de contratación, se propone a la empresa DISEÑOPAGINAWEB S.L., al obtener la mejor puntuación, para que justifique en un plazo de 5 días hábiles desde el envío de la comunicación, todos los elementos de su oferta en los que se muestra que incurre en una baja desproporcionada.

3. Estudio del informe de valoración y apertura archivo electrónico nº 2. Servicio de creatividad, diseño, realización y producción de una campaña de concienciación social contra la violencia de género dirigida a la población masculina durante 2020. Expte 202004PAS004.



F09026AF0DF22134022F230E3928601D



En primer lugar, se da cuenta de que el pasado 9 de julio los miembros de la Mesa examinaron **la documentación presentada por el licitador MEMOLATUCARA S.L.**, que había sido admitido provisionalmente en la Mesa celebrada el pasado 7 de julio, considerándola completa. Tras esta subsanación, la oferta técnica de MEMOLATUCARA S.L. se trasladó ese mismo día **a los técnicos** para incluirla en el informe sobre los criterios sometidos a juicios de valor.

En segundo lugar, **se da lectura del informe remitido por los servicios técnicos del órgano de contratación.**

Revisadas las ofertas presentadas y considerando que los servicios técnicos proponen en su informe la exclusión de determinadas licitadoras, la Mesa de Contratación **procede a la exclusión de las siguientes empresas** por los motivos que se exponen seguidamente:

	LICITADOR	MOTIVO DE EXCLUSIÓN
1	BABYDOG ARTE Y COMUNICACIÓN, S.L.	Presenta dos guiones de texto diferentes para una propuesta creativa de cuña de radio, no siendo posible determinar cuál de las dos alternativas presentadas han de seleccionarse para su valoración como guion de texto para la propuesta creativa de cuña de radio.
2	CONEXMA SERVICIOS DE MARKETING S.L.	Incluye información en el archivo electrónico número 1 (Documentación administrativa y criterios basados en juicios de valor) correspondiente al archivo electrónico número 2 (Criterios automáticos). La Mesa procede a su exclusión considerando que, de acuerdo al artículo 157 de la LCSP, la Mesa “calificará la documentación a que se refiere el artículo 140 de la LCSP, que deberá presentarse por los licitadores en sobre o archivo electrónico distinto al que contenga la proposición”. Además, de conformidad con el artículo 139.2 de la citada LCSP, se establece que “las proposiciones serán secretas, y se garantizarán los medios hasta el momento de apertura de las proposiciones”.
3	GROW COMUNICACION S.A	Presenta más de dos propuestas de piezas gráficas para carteles, no siendo posible determinar cuáles de las propuestas de piezas gráficas para carteles han de seleccionarse para su valoración.
4	INOFF COMUNICACIÓN S.L	Presenta más de dos propuestas de piezas gráficas para carteles, no siendo posible determinar cuáles de las propuestas de piezas gráficas para carteles han de seleccionarse para su valoración.
5	PORTAVOZ COMUNICACIONES INTEGRADAS, S.L.	Presenta más de dos propuestas de piezas gráficas para carteles, no siendo posible determinar cuáles de las propuestas de piezas gráficas para carteles han de seleccionarse para su valoración.
6	QUALITY MEDIA PRODUCCIONES SL	Incluye información en el archivo electrónico número 1 (Documentación administrativa y criterios basados en juicios de valor) correspondiente al archivo electrónico número 2 (Criterios automáticos), en concreto relativa a experiencia y personal cuya adscripción se valora como criterio de adjudicación sujeto a fórmula. La Mesa procede a su exclusión considerando que, de acuerdo al artículo 157.2 de la LCSP, “cuando, de conformidad con lo establecido en el artículo 145 se utilicen una pluralidad de criterios de adjudicación, los licitadores deberán presentar la proposición en dos sobres o archivos electrónicos: uno con la documentación que deba ser valorada conforme a los criterios cuya ponderación depende de un juicio de valor, y el otro con la documentación que deba ser valorada conforme a criterios cuantificables mediante la mera aplicación de fórmulas”. Además, de conformidad con el artículo 139.2 de la citada LCSP, se establece que “las proposiciones serán secretas, y se garantizarán los medios hasta el momento de apertura de las proposiciones”.

Asimismo, respecto a la exclusión de BABYDOG ARTE Y COMUNICACIÓN, S.L., GROW COMUNICACION S.A, INOFF COMUNICACIÓN S.L. y PORTAVOZ COMUNICACIONES INTEGRADAS, S.L., la Mesa de Contratación justifica su decisión en la aplicación de los principios propios de la contratación pública de **igualdad de trato y no discriminación, de acuerdo con lo siguiente:**

- De conformidad con el artículo 139. 1 de la LCSP, **“las proposiciones de los interesados deberán ajustarse a los pliegos** y documentación que rigen la licitación, y su presentación supone la aceptación incondicionada por el empresario del contenido de la totalidad de sus cláusulas o condiciones, sin salvedad o reserva alguna”.
- El principio de unicidad de la oferta recogido en el artículo 139.3 de la LCSP, según el cual **“cada licitador no podrá presentar más de una proposición**, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 147 sobre admisibilidad de variantes o mejoras”. Al respecto, el punto 8.2 de la Hoja Resumen del PCAP recoge, entre otros, una propuesta creativa de cuña para plataformas digitales y dos propuestas de piezas gráficas para carteles, habiendo presentado los licitadores citados anteriormente, en su caso, más de una cuña y/o más de dos propuestas de piezas gráficas.



F09026AF0DF22134022F230E3928601D



- c) El órgano de contratación recibió **consultas a través de la Plataforma de Contratación del Sector Público** por parte de los licitadores sobre el número de propuestas de piezas gráficas para carteles, respondiendo a las mismas concretando que no se podrían presentar más proposiciones de las indicadas en el PCAP.

Las puntuaciones obtenidas sobre los criterios sometidos a juicios de valor por las empresas admitidas son las siguientes:

- Punto 8.2.1 de la Hoja Resumen del PCAP:

	LICITADOR	PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO (0-10)			TOTAL PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO (0-10)
		Calidad de la propuesta (0-5)	Penetración del mensaje (0-3)	Coordinación entre piezas (0-2)	
1	ABBSOLUTE COMUNICACIÓN S.L.	4	2,5	2	8,50
2	ALCANDORA PUBLICIDAD S.L.	2	2	1	5,00
3	DISEÑOPÁGINAWEB S.L.	2	1	1,5	4,50
4	LA MÁQUINA DE HUMO S.L.	4	2	2	8,00
5	MEMOLATUCARA S.L.	3	1,5	1,5	6,00
6	POOL CREACIONES PUBLICITARIAS S.L.	1,5	1	1,5	4,00
7	SEPTEMBER WORLDWIDE S.L.	4	2	2	8,00
8	TELSON SERVICIOS AUDIOVISUALES	2,5	2	2	6,50

- Punto 8.2.2 de la Hoja Resumen del PCAP:

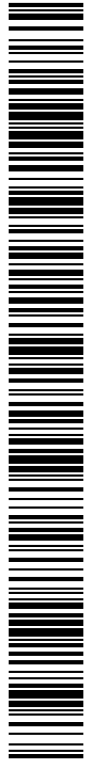
	LICITADOR	CARACTERÍSTICAS DE LA PROPUESTA CREATIVA DE SPOT (0-16)					TOTAL CARACTERÍSTICAS DE LA PROPUESTA CREATIVA DE SPOT (0-16)	
		Planteamiento general (0-4'5)	Originalidad respecto a campaña anteriores (0-3)	Calidad de diseño de las piezas (0-2)	Grado de adaptación del spot (0-2)	Capacidad de penetración del mensaje en el target (0-2)		Guion de spot (0-2'5)
1	ABBSOLUTE COMUNICACIÓN S.L.	3,5	2,5	2	1,5	1,5	0	11,00
2	ALCANDORA PUBLICIDAD S.L.	2	1	2	1	1	0	7,00
3	DISEÑOPÁGINAWEB S.L.	2	1	1	1	1	0,5	6,50
4	LA MÁQUINA DE HUMO S.L.	3	2	2	1	1	1	10,00
5	MEMOLATUCARA S.L.	3	2	1	1	1	1	9,00
6	POOL CREACIONES PUBLICITARIAS S.L.	1,5	1,5	1	1	1	0	6,00
7	SEPTEMBER WORLDWIDE S.L.	3,5	2	2	1	1	0	9,50
8	TELSON SERVICIOS AUDIOVISUALES	2	2	2	1	1	0	8,00

- Punto 8.2.3 de la Hoja Resumen del PCAP:



F09026AF0DF22134022F230E3928601D





F09026AF0DF22134022F230E3928601D



CARACTERÍSTICAS DE LA PROPUESTA CREATIVA PARA INTERNET (0-10)					
LICITADOR	Calidad de las estrategias de redes sociales (0-5)	Adaptabilidad multiplataforma (0-2)	Capacidad para lograr un mayor impacto y difusión (0-3)	TOTAL CARACTERÍSTICAS DE LA PROPUESTA CREATIVA PARA INTERNET (0-10)	
1	ABBSOLUTE COMUNICACIÓN S.L.	4	2	2	8,00
2	ALCANDORA PUBLICIDAD S.L.	2,5	1,5	1	5,00
3	DISEÑOPÁGINAWEB S.L.	1,5	1	1,5	4,00
4	LA MÁQUINA DE HUMO S.L.	4	2	2	8,00
5	MEMOLATUCARA S.L.	3	1,5	1,5	6,00
6	POOL CREACIONES PUBLICITARIAS S.L.	3	1,5	2	6,50
7	SEPTEMBER WORLDWIDE S.L.	4	2	2,5	8,50
8	TELSON SERVICIOS AUDIOVISUALES	3	2	1,5	6,50

- Punto 8.2.4 de la Hoja Resumen del PCAP:

CARACTERÍSTICAS DE LA PROPUESTA PARA MEDIOS DE EXPRESIÓN GRÁFICA Y EXTERIOR (0-6)				
LICITADOR	Originalidad, carácter innovador y capacidad de impacto (0-4)	Calidad de diseño de los elementos gráficos (0-2)	TOTAL CARACTERÍSTICAS DE LA PROPUESTA PARA MEDIOS DE EXPRESIÓN GRÁFICA Y EXTERIOR (0-6)	
1	ABBSOLUTE COMUNICACIÓN S.L.	3	1,5	4,50
2	ALCANDORA PUBLICIDAD S.L.	2	1	3,00
3	DISEÑOPÁGINAWEB S.L.	1,5	1	2,50
4	LA MÁQUINA DE HUMO S.L.	2	1	3,00
5	MEMOLATUCARA S.L.	2,5	1	3,50
6	POOL CREACIONES PUBLICITARIAS S.L.	1,5	1	2,50
7	SEPTEMBER WORLDWIDE S.L.	3	1	4,00
8	TELSON SERVICIOS AUDIOVISUALES	3	1	4,00

- Punto 8.2.5 de la Hoja Resumen del PCAP:

LICITADOR	CARACTERÍSTICAS DE LA PROPUESTA CREATIVA DE RADIO (0-3)	
1	ABBSOLUTE COMUNICACIÓN S.L.	2,5
2	ALCANDORA PUBLICIDAD S.L.	1
3	DISEÑOPÁGINAWEB S.L.	1
4	LA MÁQUINA DE HUMO S.L.	1
5	MEMOLATUCARA S.L.	2
6	POOL CREACIONES PUBLICITARIAS S.L.	1
7	SEPTEMBER WORLDWIDE S.L.	1,5
8	TELSON SERVICIOS AUDIOVISUALES	1,5

Las puntuaciones totales obtenidas por las empresas admitidas por los criterios relacionados con la calidad que dependen de un juicio de valor (apartado 8.2 de la Hoja Resumen) son las siguientes:

	LICITADOR	CRITERIOS RELACIONADOS CON LA CALIDAD QUE DEPENDEN DE UN JUICIO DE VALOR (0-45)					TOTAL CRITERIOS RELACIONADOS CON LA CALIDAD QUE DEPENDEN DE UN JUICIO DE VALOR (0-45)
		Planteamiento o estratégico (0-10)	Características de la propuesta creativa de spot (0-16)	Características de la propuesta creativa para Internet (0-10)	Características de la propuesta creativa para medios de expresión gráfica y exterior (0-6)	Características de la propuesta creativa de radio (0-3)	
1	ABBSOLUTE COMUNICACIÓN S.L.	8,50	11,00	8,00	4,50	2,50	34,50
2	ALCANDORA PUBLICIDAD S.L.	5,00	7,00	5,00	3,00	1,00	21,00
3	DISEÑOPÁGINAWEB S.L.	4,50	6,50	4,00	2,50	1,00	18,50
4	LA MÁQUINA DE HUMO S.L.	8,00	10,00	8,00	3,00	1,00	30,00
5	MEMOLATUCARA S.L.	6,00	9,00	6,00	3,50	2,00	26,50
6	POOL CREACIONES PUBLICITARIAS S.L.	4,00	6,00	6,50	2,50	1,00	20,00
7	SEPTEMBER WORLDWIDE S.L.	8,00	9,50	8,50	4,00	1,50	31,50
8	TELSON SERVICIOS AUDIOVISUALES	6,50	8,00	6,50	4,00	1,50	26,50

En segundo lugar, se procede a la apertura de la documentación correspondiente a la valoración de los criterios cuantificables automáticamente, de conformidad con el siguiente resultado:

	LICITADOR	OFERTA ECONÓMICA SIN IVA	CRITERIOS RELACIONADOS CON LA CALIDAD		
			PERSONA EXPERTA EN MATERIA DE EDUCACIÓN AFECTIVA SEXUAL (SI/NO), (0-2)	DIRECTOR CREATIVO CON EXPERIENCIA (Si/No), (0-2)	DIRECTOR DE PRODUCCIÓN DIGITAL CON EXPERIENCIA (Si/No), (0-2)
1	ABBSOLUTE COMUNICACIÓN S.L.	71.500,00 €	Sí	Sí	Sí
2	ALCANDORA PUBLICIDAD S.L.	39.000,00 €	Sí	Sí	Sí
3	DISEÑOPÁGINAWEB S.L.	52.300,00 €	Sí	Sí	Sí
4	LA MÁQUINA DE HUMO S.L.	65.800,00 €	Sí	Sí	Sí
5	MEMOLATUCARA S.L.	88.000,00 €	Sí	Sí	Sí
6	POOL CREACIONES PUBLICITARIAS S.L.	75.000,00 €	Sí	Sí	Sí
7	SEPTEMBER WORLDWIDE S.L.	87.000,00 €	Sí	Sí	Sí
8	TELSON SERVICIOS AUDIOVISUALES	81.500,00 €	Sí	Sí	Sí



F09026AF0DF22134022F230E3928601D



Seguidamente se analiza la posible existencia de valores anormales o desproporcionados, de acuerdo con lo establecido en la cláusula 15.6 del PCAP. Conforme a la citada cláusula, será el precio el criterio de adjudicación que se analizará para examinar si la oferta es anormal o desproporcionada, conforme a lo previsto en el artículo 85 del RGLCAP.

De acuerdo con el artículo 85.4 del RGLCAP se considerarán desproporcionadas o temerarias las ofertas “cuando concurren cuatro o más licitadores, las que sean inferiores en más de 10 unidades porcentuales a la media aritmética de las ofertas presentadas. No obstante, si entre ellas existen ofertas que sean superiores a dicha media en más de 10 unidades porcentuales, se procederá al cálculo de una nueva media sólo con las ofertas que no se encuentren en el supuesto indicado. En todo caso, si el número de las restantes ofertas es inferior a tres, la nueva media se calculará sobre las tres ofertas de menor cuantía”. Los cálculos proyectan el siguiente resultado:

	LICITADOR	OFERTA ECONÓMICA SIN IVA	% DE BAJA
1	ABBSOLUTE COMUNICACIÓN S.L.	71.500,00 €	2,12%
2	ALCANDORA PUBLICIDAD S.L.	39.000,00 €	-44,30%
3	DISEÑOPÁGINAWEB S.L.	52.300,00 €	-25,30%
4	LA MÁQUINA DE HUMO S.L.	65.800,00 €	-6,02%
5	MEMOLATUCARA S.L.	88.000,00 €	25,69%
6	POOL CREACIONES PUBLICITARIAS S.L.	75.000,00 €	7,12%
7	SEPTEMBER WORLDWIDE S.L.	87.000,00 €	24,26%
8	TELSON SERVICIOS AUDIOVISUALES	81.500,00 €	16,41%

Según lo descrito anteriormente (artículo 85.4 RGLSCP), se procede al cálculo de una nueva media prescindiendo de las ofertas que superan a la media en más de 10 unidades porcentuales:

	LICITADOR	OFERTA ECONÓMICA SIN IVA	% DE BAJA
1	ABBSOLUTE COMUNICACIÓN S.L.	71.500,00 €	17,75%
2	ALCANDORA PUBLICIDAD S.L.	39.000,00 €	-35,77%
3	DISEÑOPÁGINAWEB S.L.	52.300,00 €	-13,87
4	LA MÁQUINA DE HUMO S.L.	65.800,00 €	8,37%
5	MEMOLATUCARA S.L.	88.000,00 €	44,93%
6	POOL CREACIONES PUBLICITARIAS S.L.	75.000,00 €	23,52%
7	SEPTEMBER WORLDWIDE S.L.	87.000,00 €	43,28%
8	TELSON SERVICIOS AUDIOVISUALES	81.500,00 €	34,22%

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 159. 4 f), la Mesa procede a la evaluación y clasificación de las ofertas, según los criterios establecidos en el punto 8 de la Hoja Resumen del PCAP:

	LICITADOR	PUNTUACIÓN PROPUESTA ECONÓMICA (0-49)	CRITERIOS RELACIONADOS CON LA CALIDAD (0-6)	PUNTUACIÓN CRITERIOS EVALUABLES MEDIANTE FÓRMULAS (0-55)
1	ABBSOLUTE COMUNICACIÓN S.L.	26,73	6	32,73
2	ALCANDORA PUBLICIDAD S.L.	49,00	6	55,00
3	DISEÑOPÁGINAWEB S.L.	36,54	6	42,54
4	LA MÁQUINA DE HUMO S.L.	29,04	6	35,04
5	MEMOLATUCARA S.L.	21,72	6	27,72
6	POOL CREACIONES PUBLICITARIAS S.L.	25,48	6	31,48
7	SEPTEMBER WORLDWIDE S.L.	21,97	6	27,97
8	TELSON SERVICIOS AUDIOVISUALES	23,45	6	29,45

La puntuación total obtenida por los licitadores es la siguiente:



F09026AF0DF22134022F230E3928601D



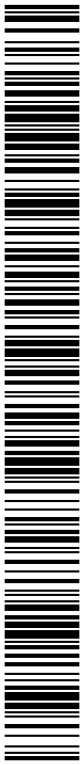
	LICITADOR	CRITERIOS SOMETIDOS A UN JUICIO DE VALOR (0-45)	CRITERIOS EVALUABLES MEDIANTE FÓRMULAS (0-55)	PUNTUACIÓN FINAL
1	ALCANDORA PUBLICIDAD S.L.	21	55,00	76,00
2	ABBSOLUTE COMUNICACIÓN S.L.	34,5	32,73	67,23
3	LA MÁQUINA DE HUMO S.L.	30	35,04	65,04
4	DISEÑOPÁGINAWEB S.L.	18,5	42,54	61,04
5	SEPTEMBER WORLDWIDE S.L.	31,5	27,97	59,47
6	TELSON SERVICIOS AUDIOVISUALES	26,5	29,45	55,95
7	MEMOLATUCARA S.L.	26,5	27,72	54,22
8	POOL CREACIONES PUBLICITARIAS S.L.	20	31,48	51,48

Tras el análisis por parte de la Mesa de contratación, **se propone a la empresa ALCANDORA PUBLICIDAD S.L.**, al obtener la mejor puntuación, **para que justifique en un plazo de 5 días hábiles** desde el envío de la comunicación, todos los elementos de su oferta en los que se muestra que incurre en una baja desproporcionada.

Yo, como Secretario/a, certifico con el visto bueno del Presidente/a:

Dña. Encarnación Ferrer Piquer
SECRETARIA

Dña. Natalia Garzarán Fuertes
PRESIDENTA



F09026AF0DF22134022F230E3928601D

