

NOTA ACLARATORIA REFERIDA A LA MODIFICACIÓN DEL PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS, CUADRO DE CARACTERÍSTICAS E INFORME DE NECESIDAD QUE RIGEN LA LICITACIÓN P_11_2024, ASÍ COMO AMPLIACIÓN DEL PLAZO DE PRESENTACIÓN DE PROPOSICIONES DE LA MISMA, CUYO OBJETO ES LA CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE GESTIÓN CON MEDIOS, SOPORTES PUBLICITARIOS Y LA EVALUACIÓN DE PROPUESTAS DE COMUNICACIÓN MEDIANTE PROCEDIMIENTO ABIERTO SARA.

Habiéndose detectado errores en ciertos criterios de adjudicación evaluables de forma objetiva en el procedimiento de contratación de referencia, tanto en el Cuadro de Características como en el Pliego de Prescripciones Técnicas e Informe de Necesidad de la licitación, conforme posteriormente se describirá, procede la modificación de dichos documentos y la ampliación del plazo de presentación de proposiciones, a tenor de lo siguiente:

Primero. - Criterio evaluable de forma objetiva “Comisión de Agencia/Precio”.

Determinado en el Cuadro de Características (pág. 11) así como en el Pliego de Prescripciones Técnicas (pág. 10) y en el Informe de Necesidad (pág. 6).

Si bien la fórmula prevista es correcta, se realiza una afirmación errónea que puede llevar a error a los licitadores, en la medida en que PROEXCA no pretende valorar a través de este criterio el porcentaje de descuento sobre la comisión de agencia a percibir por los licitadores, sino la propia comisión de agencia que los licitadores se comprometen a percibir por los servicios prestados en caso de resultar adjudicatarios del presente procedimiento de contratación.

Así, la redacción inicial del susodicho criterio es la siguiente:

“El precio ofertado en el procedimiento de contratación se realizará a través de la valoración del porcentaje de descuento ofertados sobre el 7% máximo establecido como comisión de agencia:

$$Puntuación = 20 * (1 + \log\left(\frac{mo}{O}\right))$$

Donde,

“mo” es el importe de la mejor oferta (la más económica)

“O” es el valor de la oferta a valorar “log” el logaritmo en base 10.

En este criterio se podrá alcanzar un valor entre 0 y 20 puntos, despreciando los puntos que estén fuera de este intervalo por los cálculos de la fórmula.”

Mientras que, tras la modificación, el criterio quedará redactado conforme se muestra a continuación:

“Comisión de agencia/precio.

Valoración de la comisión de agencia para los servicios de gestión de medios de comunicación, estableciéndose como máximo un 7% de comisión.

En este apartado los licitadores deberán indicar cuál será su comisión de agencia ofertada. Se asignará el máximo de puntos correspondientes al licitador que

oferte la comisión de agencia más baja y, a los restantes en función a la siguiente fórmula:

$$\text{Puntuación} = 20 * (1 + \log\left(\frac{m_0}{0}\right))$$

En este criterio se podrá alcanzar un valor entre 0 y 20 puntos, despreciando los puntos que estén fuera de este intervalo por los cálculos de la fórmula.”

Segundo. - Referencia a la experiencia en trabajos o campañas de ámbito internacional prevista en los criterios evaluables de forma objetiva “Experiencia en la realización de trabajos de análisis de retorno de inversión para empresas” y “Experiencia en gestión de planes de medios de las personas adscritas a la ejecución del contrato”.

Estas referencias se encuentran recogidos en los apartados “16. CRITERIOS EVALUABLES DE FORMA OBJETIVA. 3” y “16. CRITERIOS EVALUABLES DE FORMA OBJETIVA. 4” del Cuadro de Características, así como en la página 9 del PPT y páginas 5 y 6 del Informe de Necesidad, habiéndose redactado de manera idéntica en todos los documentos mencionados:

“Experiencia en la realización de trabajos de análisis de retorno de inversión para empresas: 15 puntos.

Se valorará la experiencia de los perfiles de Director/a de Cuentas o Director/a de Medios que certifiquen trabajos realizados en los últimos 5 años de análisis de retorno de inversión (ROI) de campañas de medios, eventos o acciones de comunicación para sus clientes. La documentación aportada debe incluir ejemplos concretos de los servicios prestados, incluyendo proyecto, empresa y fecha de realización, además de detallar los métodos utilizados para calcular el ROI para obtener los resultados.

- Experiencia en trabajos de ámbito internacional. 1 punto por trabajo realizado, hasta un máximo de 5 puntos.
- Experiencia en trabajos de ámbito nacional. 2 puntos por trabajo realizado, hasta un máximo de 10 puntos.

Para acreditar este criterio de valoración, las empresas deben presentar documentación que certifique el trabajo realizado, incluyendo la información detallada, junto con los datos de contacto, la firma y el sello de los responsables de las empresas para las que se realizó el proyecto o servicio. Los trabajos que no cumplan con estos requisitos serán excluidos de la evaluación de este criterio.

En cuanto a los servicios de informe de retorno de inversión presentados para este criterio, si incluyen más de uno de los ámbitos de alcance mencionados, sólo podrán ser computados en una de las categorías. La empresa debe indicar en cuál de ellas desea que se evalúe dicho trabajo.

Experiencia en gestión de planes de medios las personas adscritas a la ejecución del contrato.: 25 puntos.

Se valorará positivamente a aquellas empresas que en sus equipos propuestos

incluyan un Director/a de Cuentas o Director/a de Medios que certifiquen trabajos realizados en los últimos 5 años de planes de medios de comunicación de al menos 30.000 € de inversión. La documentación aportada deberá incluir información concreta de los servicios prestados, mercados y medios activados, incluyendo proyecto, empresa y fecha de realización, además de detallar información sobre alcance o público impactado e inversión realizada por canal.

- *Experiencia en la realización de campañas de ámbito internacional. 2 puntos por trabajo realizado, hasta un máximo de 10 puntos.*
- *Experiencia en la realización de campañas de ámbito nacional. 5 puntos por trabajo realizado, hasta un máximo de 25 puntos.*

El criterio de los servicios valorados en este bloque se acreditará mediante certificados emitidos por las empresas, firmado y sellado por el responsable de la misma, a las que el licitador haya prestado sus servicios de planes de medios, en los que se indique expresamente que el miembro o miembros del equipo del proyecto adscrito a la ejecución del contrato les prestó servicios.”

Tras la modificación efectuada, cuya necesidad ha venido determinada por la realización de las campañas principalmente en el ámbito nacional, la nueva redacción queda fijada conforme a lo siguiente:

“Experiencia en la realización de trabajos de análisis de retorno de inversión para empresas: 15 puntos.

Se valorará la experiencia de los perfiles de Director/a de Cuentas o Director/a de Medios que certifiquen trabajos realizados en los últimos 5 años de análisis de retorno de inversión (ROI) de campañas de medios, eventos o acciones de comunicación para sus clientes. La documentación aportada debe incluir ejemplos concretos de los servicios prestados, incluyendo proyecto, empresa y fecha de realización, además de detallar los métodos utilizados para calcular el ROI para obtener los resultados.

- *Experiencia en trabajos de ámbito nacional. 3 puntos por trabajo realizado, hasta un máximo de 15 puntos.*

Para acreditar este criterio de valoración, las empresas deben presentar documentación que certifique el trabajo realizado, incluyendo la información detallada, junto con los datos de contacto, la firma y el sello de los responsables de las empresas para las que se realizó el proyecto o servicio. Los trabajos que no cumplan con estos requisitos serán excluidos de la evaluación de este criterio.

Experiencia en gestión de planes de medios las personas adscritas a la ejecución del contrato.: 25 puntos.

Se valorará positivamente a aquellas empresas que en sus equipos propuestos incluyan un Director/a de Cuentas o Director/a de Medios que certifiquen trabajos realizados en los últimos 5 años de planes de medios de comunicación de al menos 30.000 € de inversión. La documentación aportada deberá incluir

información concreta de los servicios prestados, mercados y medios activados, incluyendo proyecto, empresa y fecha de realización, además de detallar información sobre alcance o público impactado e inversión realizada por canal.

- *Experiencia en la realización de campañas de ámbito nacional. 5 puntos por trabajo realizado, hasta un máximo de 25 puntos.*

El criterio de los servicios valorados en este bloque se acreditará mediante certificados emitidos por las empresas, firmado y sellado por el responsable de la misma, a las que el licitador haya prestado sus servicios de planes de medios, en los que se indique expresamente que el miembro o miembros del equipo del proyecto adscrito a la ejecución del contrato les prestó servicios.”

Tercero. - Como consecuencia de las modificaciones anteriores, PROEXCA ha entendido procedente la ampliación del plazo inicialmente otorgado a los licitadores para llevar a cabo la presentación de sus proposiciones en el procedimiento de contratación por un número de días equivalente al transcurrido desde la fecha de inicio del cómputo del plazo inicial de presentación de ofertas.

Pablo Martín Carbajal González
Consejero Delegado