

**Ref:** MVV  
Servicio de Atención a las Adicciones

**Asunto: Informe de valoración criterios ponderables mediante juicio de valor.**

Contratación de un servicio de planificación y de espacios publicitarios y audiencias para la realización de la campaña publicitaria “Ocio responsable con justicia de género: hazlo con/sentido” a desarrollar a través de los medios de televisión, radio y exterior.

Informe de valoración de los criterios de adjudicación ponderables mediante juicio de valoración

**1. Criterios de adjudicación**

El Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares (en adelante, PCAP) que rige la presente contratación establece el siguiente criterio de adjudicación ponderable mediante juicio valor (cl. 12.1.1.):

- Propuesta de planificación en medio exterior. Puntuación máxima: 20 puntos.

**2. Ofertas valoradas**

Presentan ofertas al Lote 2 de la presente licitación las siguientes empresas:

- 22 GRADOS DE MEDIA S.L. (en adelante, 22 GRADOS)
- AS COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD S.L. (en adelante, AS)
- AVANTE COMUNICACIÓN S.L. (en adelante, AVANTE)
- JUAN FUENTES TABARES S.L.U. (en adelante, JFT)
- PUBLICIDAD ATLANTIS S.L. (en adelante, ATLANTIS)

**3. Procedimiento de valoración**

Para la valoración de estos criterios ponderables mediante juicio de valor se ha seguido el procedimiento recogido en la cl. 12.2.3. del PCAP:

1º. A la mejor oferta de entre todas las presentadas se le otorgará un valor 10 y, por consiguiente, la puntuación máxima correspondiente de 20 puntos. En caso de que dos o más ofertas resulten igualmente valoradas como la mejor oferta de las presentadas, se otorgará un valor de 10 y la puntuación máxima de 20 puntos a cada una de ellas.

2º. Al resto de las ofertas se les asignará un valor de cero a diez en función de la valoración de la que resultan merecedoras en relación a la valoración a la mejor oferta, otorgándosele a cada una de ellas la puntuación que proporcionalmente le correspondan.

C/ Real del Castillo, 152 Planta 5ª. 35014  
Las Palmas de Gran Canaria  
Telf: 928 307 521

C/ Pérez de Rozas, 5 Planta 4ª. 38004  
Santa Cruz de Tenerife  
Telf: 922 951 910

Este documento ha sido firmado electrónicamente por:

MARIA DEL MAR VELASCO VILLAR - ENFERMERA/O

Fecha: 10/09/2024 - 09:14:39

En la dirección [https://sede.gobiernodecanarias.org/sede/verifica\\_doc?codigo\\_nde=](https://sede.gobiernodecanarias.org/sede/verifica_doc?codigo_nde=)  
puede ser comprobada la autenticidad de esta copia, mediante el número de  
documento electrónico siguiente:

RP001-000uKT14hvs+Rryh6ShQQ6LQA==



El presente documento ha sido descargado el 10/09/2024 - 09:15:15

#### 4. Valoración detallada de ofertas según criterio: Propuesta de planificación en medio exterior, según cl. 12.2.2 del PCAP de la presente licitación

##### Valoración detallada propuesta de 22 GRADOS

###### 1. Adecuación de la propuesta al objeto del contrato y a la audiencia de la campaña.

La propuesta se adecúa a la propuesta del objeto del contrato y a la audiencia de la campaña descrita en la cl. 3. a.3) del Pliego de Prescripciones Técnicas.

###### 2. La creatividad e innovación del plan, en especial en lo referido a la selección de soportes especiales o singulares

La propuesta no destaca por ningún elemento creativo o innovador en el plan de medios presentado. La referencia de compra del espacio de mupis en formato digital a través de publicidad programática “con el objetivo de segmentar la campaña sobre el target” no resulta relevante en este caso puesto que no se contempla una segmentación más allá de un target genérico adultos +14 en Canarias.

###### 3. La diversidad de los soportes seleccionados y su alcance/cobertura

La oferta incluye 4 tipos de soportes adicionales: marquesinas, mupis digitales, pantallas digitales en exterior y pantallas digitales en interior (oficinas de Correos). Estos soportes amplían de manera excelente la diversidad del plan, proporcionando una mayor variedad de soportes.

La oferta valora el alcance potencial de su plan de medio dividido por soportes:

- Guaguas: 374.000 impactos "según datos de elaboración propia del soporte utilizando fuentes externas oficiales".
- Pantalla digital en Fachada Wehbe (Santa Cruz de Tenerife): 1.659.885 contactos (sin referencias de auditor)
- Pantalla digital en CC Millenium Plaza (Los Llanos): 402.090 impactos (sin referencia de auditor)
- Pantalla digital en CC Open Mall (Arrecife) : 448.216 impactos (sin referencia de auditor)
- Mupis digitales en Las Palmas de Gran Canaria: 195.000 impactos (sin referencia de auditor)
- Mupi en aeropuerto de El Hierro: 22.795 pasajeros/mes
- Aeropuerto La Gomera: 7.921 pasajeros/mes

Este documento ha sido firmado electrónicamente por:	
MARIA DEL MAR VELASCO VILLAR - ENFERMERA/O	Fecha: 10/09/2024 - 09:14:39
En la dirección <a href="https://sede.gobiernodecanarias.org/sede/verifica_doc?codigo_nde=">https://sede.gobiernodecanarias.org/sede/verifica_doc?codigo_nde=</a> puede ser comprobada la autenticidad de esta copia, mediante el número de documento electrónico siguiente: RP001-000uKT14hvs+Rryh6ShQQ6LQA==	 
El presente documento ha sido descargado el 10/09/2024 - 09:15:15	

En ninguno de los casos la licitadora indica entidad auditora. Por tanto, la propuesta no plantea ventajas significativas en cuanto a su alcance a los efectos de su valoración.

#### **4. La factibilidad de la planificación**

La propuesta presentada resulta factible.

#### **5. El conocimiento denotado del panorama del medio exterior medios en el ámbito del plan**

La licitadora demuestra un excelente nivel de conocimiento del panorama del medio exterior en el ámbito del plan.

#### **Valoración detallada propuesta de AS**

##### **1. Adecuación de la propuesta al objeto del contrato y a la audiencia de la campaña.**

La propuesta se adecúa a la propuesta del objeto del contrato y a la audiencia de la campaña descrita en la cl. 3. a.3) del Pliego de Prescripciones Técnicas.

##### **2. La creatividad e innovación del plan, en especial en lo referido a la selección de soportes especiales o singulares.**

La propuesta no destaca por ningún elemento creativo o innovador en el plan de medio presentado.

##### **3. La diversidad de los soportes seleccionados y su alcance/cobertura.**

Aparte de los soportes obligatorios a incluir, la oferta incluye 2 tipos de soportes adicionales: pantallas digitales en exterior y pantallas digitales en interior (Fred Olsen). Estos soportes adicionales amplían de manera adecuada la diversidad de los soportes seleccionados. No se identifican elementos relevantes en cuanto a alcance/cobertura.

#### **4. La factibilidad de la planificación**

La propuesta presentada resulta factible.

#### **5. El conocimiento denotado del panorama del medio exterior medios en el ámbito del plan**

La licitadora demuestra un excelente nivel de conocimiento del panorama del medio exterior en el ámbito del plan.

Este documento ha sido firmado electrónicamente por:	
MARIA DEL MAR VELASCO VILLAR - ENFERMERA/O	Fecha: 10/09/2024 - 09:14:39
En la dirección <a href="https://sede.gobiernodecanarias.org/sede/verifica_doc?codigo_nde=puede_ser_comprobada_la_autenticidad_de_esta_copia,_mediante_el_numero_de_documento_electrónico_siguiente:">https://sede.gobiernodecanarias.org/sede/verifica_doc?codigo_nde=puede_ser_comprobada_la_autenticidad_de_esta_copia,_mediante_el_numero_de_documento_electrónico_siguiente:</a> RP001-000uKT14hvs+Rryh6ShQQ6LQA==	 
El presente documento ha sido descargado el 10/09/2024 - 09:15:15	

## Valoración detallada propuesta de AVANTE

### 1. La adecuación de la propuesta al objeto del contrato y a la audiencia de la campaña

La propuesta se adecúa a la propuesta del objeto del contrato y a la audiencia de la campaña descrita en la cl. 3. a. 3) del Pliego de Prescripciones Técnicas.

### 2. La creatividad e innovación del plan, en especial en lo referido a la selección de soportes especiales o singulares

La propuesta no destaca por ningún elemento creativo o innovador en el plan de medio presentado.

### 3. La diversidad de los soportes seleccionados y su alcance/cobertura

Aparte de los soportes obligatorios a incluir, la oferta incluye 1 tipo de soporte adicional: pantallas digitales. Este tipo de soporte amplía de manera suficiente la diversidad de los soportes seleccionados.

La propuesta valora el alcance potencial de su plan de medios en 1.659.885 impactos potenciales derivados de su soportes en "Pantallas Digitales en la fachada de Wehbe" en Santa Cruz de Tenerife, 756.000 impactos del soporte guaguas en Tenerife y Gran Canaria, 207.360 impactos de mupis en paradas de tranvía (Santa Cruz de Tenerife), 402.090 impactos de la Pantalla Digital ubicada en el Centro Comercial Millenium Plaza en Los Llanos y circuito de pantallas digitales en el aeropuerto de La Palma, con un tráfico anual de 1.368.821 pasajeros en 2023. En ninguno de los casos la licitadora indica entidad auditora. Por tanto, la propuesta no plantea ventajas significativas en cuanto a su alcance a los efectos de su valoración.

### 4. La factibilidad de la planificación

La propuesta presentada resulta factible.

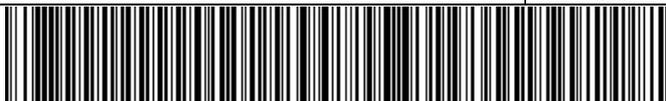
### 5. El conocimiento denotado del panorama del medio exterior medios en el ámbito del plan

La licitadora demuestra un excelente nivel de conocimiento del panorama del medio exterior en el ámbito del plan.

## Valoración detallada propuesta de JFT

### 1. La adecuación de la propuesta al objeto del contrato y a la audiencia de la campaña

La propuesta se adecúa a la propuesta del objeto del contrato y a la audiencia de la campaña descrita en la cl. 3. a. 3) del Pliego de Prescripciones Técnicas.

Este documento ha sido firmado electrónicamente por:	
MARIA DEL MAR VELASCO VILLAR - ENFERMERA/O	Fecha: 10/09/2024 - 09:14:39
En la dirección <a href="https://sede.gobiernodecanarias.org/sede/verifica_doc?codigo_nde=">https://sede.gobiernodecanarias.org/sede/verifica_doc?codigo_nde=</a> puede ser comprobada la autenticidad de esta copia, mediante el número de documento electrónico siguiente: RP001-000uKT14hvs+Rryh6ShQQ6LQA==	 
El presente documento ha sido descargado el 10/09/2024 - 09:15:15	

## 2. La creatividad e innovación del plan, en especial en lo referido a la selección de soportes especiales o singulares

La propuesta no destaca por ningún elemento creativo o innovador en el plan de medio presentado.

## 3. La diversidad de los soportes seleccionados y su alcance/cobertura

La oferta incluye 2 tipos de soportes adicionales: pantalla digital en interior y pantalla digital en exterior. Estos tipos de soportes adicionales amplían de manera adecuada la diversidad de los soportes seleccionados.

La propuesta cuantifica su alcance en 1.020.805 impactos. La licitadora solo indica como entidad auditora AIMC Estudio publicidad exterior sin detalle de los soportes incluidos en el plan que son auditados por esta entidad. Por tanto, la propuesta no plantea ventajas significativas en cuanto a su alcance a los efectos de valoración.

## 4. La factibilidad de la planificación

La propuesta presentada resulta factible.

## 5. El conocimiento denotado del panorama del medio exterior medios en el ámbito del plan

La licitadora demuestra un excelente nivel de conocimiento del panorama del medio exterior en el ámbito del plan.

### Valoración detallada propuesta de ATLANTIS

#### 1. La adecuación de la propuesta al objeto del contrato y a la audiencia de la campaña

La propuesta se adecúa a la propuesta del objeto del contrato y a la audiencia de la campaña descrita en la cl. 3. a.3) del Pliego de Prescripciones Técnicas.

#### 2. La creatividad e innovación del plan, en especial en lo referido a la selección de soportes especiales o singulares

La propuesta no destaca por ningún elemento creativo o innovador en el plan de medio presentado.

**3. La diversidad de los soportes seleccionados y su alcance/cobertura** La oferta incluye 4 tipos de soportes adicionales: mupis digitales, pantallas digitales en exterior, pantallas digitales en interior (Fred Olsen) y monoposte. Estos tipos de soportes amplían de manera muy adecuada la diversidad de los soportes seleccionados. No se identifican elementos relevantes en cuanto a alcance/cobertura.



#### 4. La factibilidad de la planificación

La propuesta presentada resulta factible.

#### 5. El conocimiento denotado del panorama del medio exterior medios en el ámbito del plan

La licitadora demuestra un excelente nivel de conocimiento del panorama del medio exterior en el ámbito del plan.

#### 4. Valoración conjunta

En relación al resto de propuestas analizadas, las propuestas de **22 GRADOS DE MEDIA S.L. y PUBLICIDAD ATLANTIS S.L.** resultan las mejores ofertas de entre todas las presentadas, por lo que se les otorga un valor de 10 y, por consiguiente, alcanzan una puntuación de 20,00. Las propuestas destacan por la excelente diversidad de tipos de soportes al integrar un total de 7 tipos de soportes diferentes, cuatro tipos más de los obligatorios establecidos en el Pliego de Prescripciones Técnicas de la presente licitación.

En relación a las mejores ofertas valoradas, las propuestas desarrolladas por **AS COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD S.L. y JUAN FUENTES TABARES S.L.U.**, alcanzan una puntuación de 8. Resulta muy adecuada por incluir dos tipos de soportes más, aparte de los obligatorios establecidos en el Pliego de Prescripciones Técnicas de la presente licitación. Por esta razón le corresponde una puntuación de 16,00.

En relación a las mejores ofertas valoradas, las oferta desarrolladas por **AVANTE COMUNICACIÓN S.L.** alcanza una puntuación de 7. Su oferta resulta adecuada por incluir un tipo de soporte adicional, aparte de los obligatorios establecidos en el Pliego de Prescripciones Técnicas de la presente licitación. Por esta razón le corresponde una puntuación de 14,00.

Del análisis realizado, las oferta merecedora de la mejor puntuación respecto de los criterios de adjudicación ponderables mediante juicio de valor son las presentada por **22 GRADOS DE MEDIA S.L. y PUBLICIDAD ATLANTIS S.L.** con 20 puntos cada una de ellas.

En relación a las ofertas de **22 GRADOS DE MEDIA S.L. y PUBLICIDAD ATLANTIS S.L.**, las presentadas por el resto de licitadoras quedan ordenadas, de mayor a menor puntuación, de la siguientes manera:

AS COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD S.L.:16,00 puntos  
JUAN FUENTES TABARES S.L.U. : 16,00 puntos  
AVANTE COMUNICACIÓN S.L.: 14,00 puntos

Este documento ha sido firmado electrónicamente por:

MARIA DEL MAR VELASCO VILLAR - ENFERMERA/O

Fecha: 10/09/2024 - 09:14:39

En la dirección [https://sede.gobiernodecanarias.org/sede/verifica\\_doc?codigo\\_nde=](https://sede.gobiernodecanarias.org/sede/verifica_doc?codigo_nde=) puede ser comprobada la autenticidad de esta copia, mediante el número de documento electrónico siguiente:

RP001-000uKT14hvs+Rryh6ShQQ6LQA==

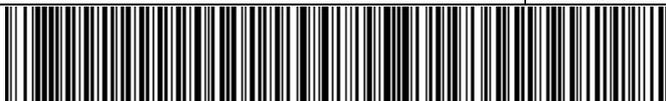


El presente documento ha sido descargado el 10/09/2024 - 09:15:15

CUADRO RESUMEN DE PUNTUACIONES						
CRITERIOS	22 GRADOS DE MEDIA S.L.		AS COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD S.L.		AVANTE COMUNICACIÓN S.L.	
	VAL.	PUNT.	VAL.	PUNT.	VAL.	PUNT.
Propuesta de planificación en medio exterior	10	20,00	8	16,00	7	14,00
<b>TOTAL</b>		<b>20,00</b>		<b>16,00</b>		<b>14,00</b>
CRITERIOS	JUAN FUENTES TABARES S.L.U		PUBLICIDAD ATLANTIS S.L.			
	VAL.	PUNT.	VAL.	PUNT.	VAL.	PUNT.
Propuesta de planificación en medio exterior	8	16,00	10	20,00		
<b>TOTAL</b>		<b>16,00</b>		<b>20,00</b>		

Santa Cruz de Tenerife

7 de 7

Este documento ha sido firmado electrónicamente por:	
MARIA DEL MAR VELASCO VILLAR - ENFERMERA/O	Fecha: 10/09/2024 - 09:14:39
<p>En la dirección <a href="https://sede.gobiernodecanarias.org/sede/verifica_doc?codigo_nde=">https://sede.gobiernodecanarias.org/sede/verifica_doc?codigo_nde=</a>  puede ser comprobada la autenticidad de esta copia, mediante el número de documento electrónico siguiente:  RP001-000uKT14hvs+Rryh6ShQQ6LQA==</p>	 
El presente documento ha sido descargado el 10/09/2024 - 09:15:15	