



INFORME DE EVALUACIÓN DE OFERTAS PARA LA CONTRATACIÓN DEL 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 (EXPEDIENTE 202004PAS002).

1. ANTECEDENTES.

Con fecha 19 de junio de 2020 se publicó en la Plataforma de Contratación del Sector Público el anuncio de licitación del procedimiento abierto simplificado relativo a la contratación del **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 (Expediente 202004PAS002)**, con un presupuesto base de licitación de OCHENTA MIL EUROS (80.000,00€), más IVA.

De acuerdo con el apartado 8 de la Hoja Resumen del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares, los criterios de adjudicación del contrato serán los siguientes:

8.1. CRITERIOS EVALUABLES MEDIANTE FORMULAS O DE FORMA AUTOMÁTICA (hasta 55 puntos).

8.1.1. PROPUESTA ECONÓMICA (hasta 49 puntos).

Las ofertas serán valoradas proporcionalmente aplicando la siguiente fórmula, cuyo resultado se redondeará al segundo decimal:

$$X = 49 * \text{MINOF} / \text{OEP}$$

Donde:

X = Puntuación obtenida por cada oferta.

MINOF= Precio de la oferta más baja, IVA excluido.

OEP= Precio de la oferta que se valora, IVA excluido.

8.1.2. CRITERIOS RELACIONADOS CON LA CALIDAD (hasta 6 puntos).

Se valorarán las propuestas creativas presentadas hasta un máximo de 6 puntos en función de lo siguiente:

- Se otorgarán **2 puntos** a las propuestas presentadas que, como mejora, incluyan el compromiso de adscribir a la ejecución del servicio a una persona experta en materia de educación afectivo-sexual, entendiendo por ello alguien que haya participado en al menos un proyecto o actuación vinculado a la violencia de género, pudiendo formar o no parte del personal propio de la empresa, por considerarse que la presencia en el equipo de trabajo de un profesional que reúna las características mencionadas podrá contribuir a la obtención de mejores resultados.
- Se otorgarán **2 puntos** por la adscripción de un Director Creativo con experiencia superior de 4 años en campañas de publicidad.



- Se otorgarán **2 puntos** por la adscripción de un Director de Producción Digital, Audiovisual y Gráfica con experiencia superior de 4 años.

Las entidades licitadoras deberán indicar si se comprometen a asumir dicho compromiso de adscripción de medios personales mediante la cumplimentación de los campos correspondientes del Anexo 5 al presente pliego en términos de "SÍ" o "NO".

8.2. CRITERIOS RELACIONADOS CON LA CALIDAD QUE DEPENDEN DE UN JUICIO DE VALOR (hasta 45 puntos).

Se valorarán las propuestas presentadas hasta un máximo de 45 puntos en función de los siguientes criterios:

8.2.1. Planteamiento estratégico: estos aspectos regirán el planteamiento estratégico global de la campaña y se valorarán hasta un máximo de **20 puntos** atendiendo a los siguientes criterios:

8.2.1.A. Calidad de la propuesta de marketing global, en términos de originalidad (hasta 10 puntos).

8.2.1.B. Capacidad de penetración del mensaje en el target poblacional al que va dirigido atendiendo a la utilización de códigos comunicativos empleados por el target, a su potencial para generar sentimientos de identificación e implicación y a su eficacia simbólica (hasta 7 puntos).

8.2.1.C. Coordinación entre todas las piezas creativas (hasta 3 puntos).

8.2.2. Características de la propuesta de creativa para Internet: La propuesta presentada se valorará hasta un máximo de **25 puntos**, atendiendo a los siguientes aspectos:

8.2.2.A. Calidad de las estrategias de redes sociales, en términos de originalidad y (hasta 7 puntos).

8.2.2.B. Calidad del spot para internet: Se valorarán la claridad y el nivel de detalle de la propuesta de spot de 15", que se presentará en forma de storyboard guionizado, atendiendo al grado en que ésta permita imaginar el resultado final del spot (hasta 7 puntos).

8.2.2.C. Adaptabilidad multiplataforma de la propuesta para redes sociales atendiendo al potencial de plasmar sus contenidos en *stories, stickers o gifs* (hasta 3 puntos).

8.2.2.D. Capacidad para lograr un mayor impacto y difusión, crear formas concretas de pensamiento y conseguir así una mayor conexión con la ciudadanía, a través de la inclusión de branded contents, *marketing* con *influencers* y contenidos gráficos descargables, reproducibles y viralizables que podrán, también, tomar la forma de diseños para plasmar en *merchandising* (hasta 2,5 puntos).

8.2.2.E. Calidad de la propuesta creativa de cuña para plataformas digitales: La propuesta presentada se valorará atendiendo a su originalidad, carácter innovador y capacidad de impacto (hasta 3 puntos).

8.2.2.F. Se valorará como mejora la presentación de una propuesta adicional de guión de spot para internet (sin storyboard).

Su valoración se ajustará a lo previsto en el citado apartado 8.2.2.A. (hasta 2,5 puntos).



Con fecha 7 de julio de 2020 la Mesa de Contratación del Ministerio de la Presidencia, Relaciones con las Cortes y Memoria Democrática procedió en sesión privada a la apertura del archivo electrónico 1, correspondiente a la documentación administrativa presentada por las entidades licitadoras, así como a la documentación necesaria para valorar los criterios cuya valoración depende de un juicio de valor establecidos en el apartado 8 de la Hoja Resumen del PCAP, admitiéndose a las siguientes empresas:

- ALCANDORA PUBLICIDAD, S.L.
- BUM BLASI URGELL MORALES, S.L.
- DIMENSION MARKETING DIRECTO, SL
- POOL CREACIONES PUBLICITARIAS, S.L.
- QUALITY MEDIA PRODUCCIONES SL
- SEPTEMBER WORLDWIDE, S.L.
- THE BOX ADVERTISING SL
- TELSON SERVICIOS AUDIOVISUALES

Asimismo, se admitió provisionalmente a MEMOLATUCARA SL, debido a que presentó de forma incompleta el documento de "Declaración responsable ajustada al Anexo 1 de que los licitadores están inscritos en el Registro Oficial de Licitadores y Empresas Clasificadas del Sector Público (ROLECE)", en concreto el apartado 10 relativo a si concurre o no con otras empresas del grupo. La Mesa acordó solicitar a la empresa el citado Anexo 1 con el mencionado apartado debidamente cumplimentado, firmado electrónicamente por el licitador o representante con poder suficiente. La Mesa acordó conceder a la empresa un plazo hasta las 10.00 horas del 13 de julio para presentar la documentación solicitada a través de la Plataforma de Contratación del Sector Público.

Con fecha 14 de julio de 2020 la Mesa de Contratación del Ministerio de la Presidencia, Relaciones con las Cortes y Memoria Democrática, en primer lugar, dio cuenta de que el pasado 9 de julio los miembros de la Mesa examinaron la documentación presentada por la entidad licitadora MEMOLATUCARA S.L., que había sido admitida provisionalmente en la Mesa celebrada el pasado 7 de julio, considerándola completa en tiempo y forma. 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, como resultado de la valoración de las ofertas efectuada con posterioridad por los servicios técnicos del órgano de contratación y considerando que estos servicios propusieron en su informe la exclusión de determinadas entidades licitadoras, la Mesa de Contratación procedió a la exclusión de las siguientes empresas por los motivos que se exponen seguidamente:



	ENTIDAD LICITADORA	MOTIVO DE EXCLUSIÓN
1.	BUM BLASI URGELL MORALES, S.L	Presentó 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	Presentó 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.	Presentó 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	Incluyó 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 procedió 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



		critérios 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	Presentó 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 justificó 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:

- 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.

En tercer lugar, como resultado de la valoración de las ofertas efectuada con posterioridad por los servicios técnicos del órgano de contratación, la Mesa de Contratación procedió a la lectura de las puntuaciones obtenidas sobre los criterios sometidos a juicios de establecidos en el apartado 8.2. de la Hoja Resumen del PCAP, conforme se detalla a continuación:

- Punto 8.2.1 de la Hoja Resumen del PCAP:

	ENTIDAD LICITADORA	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:

	ENTIDAD LICITADORA	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	23.50
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:

	ENTIDAD LICITADORA	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 cuarto lugar, se procedió a la apertura del archivo electrónico 2, correspondiente a la documentación presentada por las entidades licitadoras necesaria para valorar los criterios evaluables a través de fórmulas o de forma automática establecidos en el apartado 8.1. de la Hoja Resumen del PCAP, y se dieron a conocer las puntuaciones obtenidas por las empresas admitidas tal y como se detalla a continuación:

	ENTIDAD LICITADORA	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€	SI	SI	SI
2	MEMOLATUCARA SL	70.400,00€	SI	SI	SI
3	SEPTEMBER WORLDWIDE, S.L.	66.400,00€	SI	SI	SI
4	TELSON SERVICIOS AUDIOVISUALES	64.400,00€	SI	SI	SI

En quinto lugar, se analizó 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 proyectaron el siguiente resultado:

	ENTIDAD LICITADORA	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 procedió al cálculo de una nueva media con las tres ofertas de menor cuantía:

	ENTIDAD LICITADORA	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 art. 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:

	ENTIDAD LICITADORA	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	MEMOLATUCARA SL	29.22	6	35.22
3	SEPTEMBER WORLDWIDE, S.L.	28.34	6	34.34
4	TELSON SERVICIOS AUDIOVISUALES	26.73	6	32.73



La puntuación total obtenida por las entidades licitadoras fue la siguiente:

	ENTIDAD LICITADORA	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 propuso a la empresa ALCANDORA PUBLICIDAD, S.L, al obtener la mejor puntuación, para que justificara en un plazo de 5 días hábiles desde el envío de la comunicación, todos los elementos de su oferta en los que se mostrara que incurría en una baja desproporcionada.

2. EVALUACIÓN.

Evaluada por los servicios técnicos la información y documentación proporcionada por la entidad en forma y plazo, se considera que ésta justifica suficientemente el bajo nivel de los precios ofertados atendiendo a las siguientes razones:

ALCANDORA ha tenido en cuenta los salarios recogidos por la Resolución de 3 de febrero de 2016, de la Dirección General de Empleo, por la que se registra y publica el Convenio colectivo del sector de empresas de publicidad (B.O.E. de 10 de febrero de 2016) y la Resolución de 1 de junio de 2018; de la Dirección General de Empleo, por la que se registra y publica el Acuerdo parcial en materia salarial para 2018 del Convenio colectivo del sector de empresas de publicidad (B.O.E. de 12 de junio de 2018). Si bien es cierto que la entidad detalla los costes salariales de seis profesionales, una de esas personas es el director creativo y socio de la empresa, por lo que no se incluye su salario.

Esta entidad es una compañía asociada a La Federación de Empresas de Publicidad y Comunicación, en adelante denominada "LA FEDE". En virtud de ello, aplica en sus propuestas económicas los criterios que la mencionada federación considera ajustados al mercado para el sector de la publicidad y marketing.

Por otro lado, la entidad no asumirá costes extras como la necesidad de reporte a matrices ubicadas en el extranjero, ni dependerá de gastos extras derivados de infraestructuras sobredimensionadas, al ser una compañía de capital nacional y management independiente.

Asimismo, ALCANDORA ha optimizado sus costes de producción contando con proveedores habituales, a los que se les ha aplicado y centralizando los procesos de producción para obtener economías de escala.



Además, esta entidad no asumirá costes de software y hardware puesto que Alcandora Publicidad S.L. ya dispone -en economías de escala- de todo tipo de herramientas para diseño, maquetación, edición y postproducción como Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Adobe Animate, Adobe Premiere, Adobe After Effects, Adobe Audition, Adobe Media Encoder, así como del hardware – amortizado- habitualmente utilizado en sus proyectos audiovisuales.

Finalmente, cabe decir que la entidad es una empresa beneficiaria del programa del Sistema Nacional de Garantía Juvenil (SEPE). En este sentido recibe ayudas a fondo perdido procedentes de dicho programa desde 2017. Para este año 2020 las ayudas sumarán en torno a 17.000 € por tres profesionales juveniles.

Para poder justificar el presupuesto total ofertado por la empresa, se facilitan los presupuestos ofertados por los proveedores de los servicios. En relación con estos presupuestos debe decirse que no coinciden con las cantidades expresadas por la entidad licitadora a la hora de detallar sus costes, en concreto, los importes de selección, contratación y gestión de figuración, así como los costes de atrezzo, son inferiores a los previstos por la entidad. En todo caso, no afecta a la ejecución del contrato, al contrario, significa que la entidad asumiría un coste inferior al presupuestado, generando un mayor beneficio industrial.

Por todo lo expuesto y teniendo en cuenta que la oferta presentada no menoscaba la posibilidad de ejecutar el contrato licitado, se procede a la aceptación de la oferta de la entidad Alcandora Publicidad S.L.

3. PUNTUACIÓN FINAL.

Tal como se refleja en el cuadro incluido a continuación, en el que se resumen de forma detallada las puntuaciones totales obtenidas por las entidades licitadoras, la mejor valoración corresponde a la empresa **Alcandora Publicidad S.L.** con una puntuación total de **93.75 puntos**, de los cuales 38.75 puntos corresponden a los criterios que dependen de un juicio de valor y 55 puntos a los criterios evaluables mediante fórmulas o de forma automática.

	ENTIDAD LICITADORA	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



4. PROPUESTA DE ADJUDICACIÓN.

A la vista de los resultados, se propone como adjudicataria del contrato a la entidad Alcandora Publicidad S.L. por un importe de TREINTA Y OCHO MIL CUATROCIENTOS EUROS (38.400,00€) MÁS IVA.

EL VOCAL ASESOR


Vicente M. González Camacho

