

ACTA DE CALIFICACIÓN DE LA DOCUMENTACIÓN RELATIVA A LOS CRITERIOS CUANTIFICABLES MEDIANTE LA MERA APLICACIÓN DE FÓRMULA PARA LA ADJUDICACIÓN POR PROCEDIMIENTO ABIERTO SIMPLIFICADO DEL CONTRATO DE SERVICIO DE DISEÑO, CREATIVIDAD Y PRODUCCIÓN CAMPAÑA 25 DE NOVIEMBRE PARA MANCOMUNIDAD LA VEGA

ASISTENTES

Presidente: María Teresa Martínez Cárceles

Vocales: Asunción Ferrández Campillo
Alberto García García
Estela Escudero Ruiz

Secretaria: Salud Belmonte Heredia

En Redován, a 23 de septiembre de 2019.

Siendo las nueve horas, se constituye la Mesa de Contratación compuesta en la forma anteriormente indicada para proceder a la calificación de la documentación relativa a los criterios cuantificables de forma automática del procedimiento abierto simplificado para la contratación del SERVICIO DE DISEÑO, CREATIVIDAD Y PRODUCCIÓN CAMPAÑA 25 DE NOVIEMBRE para Mancomunidad la Vega.

La Mesa de contratación en su reunión de fecha 05 de septiembre de 2019 acordó declarar admitidas a las siguientes empresas licitadoras, procediendo a la posterior valoración de la propuesta técnica presentada:

- PUNTUAL, DISEÑO, IMAGEN Y COMUNICACIÓN S.L, CIF: B53207486
- MORATALLISTA S.L, CIF: B42620997
- IMAGINA BIENESTAR S.L, CIF: B88080015

Con fecha 18 de septiembre de 2019 el Equipo Técnico de Mancomunidad emite el siguiente informe de valoración, del cual se da lectura:

“La Mesa de Contratación del Servicio de Diseño, Creatividad y Producción Campaña 25 de noviembre para Mancomunidad la Vega, se reúne a día 05 de septiembre de 2019 a las 13:00 horas, para la apertura del SOBRE A, Documentación administrativa y técnica, siendo las empresas admitidas las que se detallan a continuación:

1. PUNTUAL, DISEÑO, IMAGEN Y COMUNICACIÓN, S.L
2. MORATALLISTA, S.L
3. IMAGINA BIENESTAR, S.L



El Pliego de Condiciones Administrativas que rige la contratación establece en su cláusula decimocuarta "Valoración de ofertas" lo siguiente respecto de la valoración técnica:

"SOBRE A: La presente licitación tiene por objeto una **prestación de carácter intelectual** como es el diseño y creación de una campaña publicitaria, lo que implica la producción y desarrollo de una idea creativa, quedando justificada la valoración técnica en base a un juicio de valor de hasta un 45% del total de la puntuación.

Lo que se posibilita de conformidad con el artículo 159.1.b de la LCSP el cual establece:

"b) Que entre los criterios de adjudicación previstos en el pliego no haya ninguno evaluable mediante juicio de valor o, de haberlos, su ponderación no supere el veinticinco por ciento del total, salvo en el caso de que el contrato tenga por objeto prestaciones de carácter intelectual, como los servicios de ingeniería y arquitectura, en que su ponderación no podrá superar el cuarenta y cinco por ciento del total."

Aquellas propuestas que no alcancen un **MÍNIMO DE 25 PUNTOS** en la valoración del proyecto técnico quedarán directamente excluidas del procedimiento de licitación, no procediendo a la apertura de su oferta económica, de conformidad con el artículo 146.3 de la LCSP:

"3. Salvo cuando se tome en consideración el precio exclusivamente, deberá precisarse en el pliego de cláusulas administrativas particulares o en el documento descriptivo la ponderación relativa atribuida a cada uno de los criterios de valoración, que podrá expresarse fijando una banda de valores con una amplitud máxima adecuada.

En el caso de que el procedimiento de adjudicación se articule en varias fases, se indicará igualmente en cuales de ellas se irán aplicando los distintos criterios, estableciendo un **umbral mínimo** del 50 por ciento de la puntuación en el conjunto de los criterios cualitativos **para continuar en el proceso selectivo.**"

Por su parte, el Pliego de Prescripciones Técnicas establece en su cláusula quinta: "Criterios de adjudicación" aquellos criterios, así como la puntuación mínima exigida, evaluables mediante valoración técnica, determinando:

"Los criterios evaluables en base a un juicio de valor, tendrán una puntuación máxima de 45 PUNTOS, conforme a los siguientes criterios:

- a. 15 PUNTOS: Creatividad de la idea. Se valorará la innovación en el diseño.
- b. 15 PUNTOS: Impacto y notoriedad del mensaje: Se valorará la capacidad de asociación del concepto, así como su capacidad de permanecer en la memoria.
- c. 7,5 PUNTOS: Sencillez y claridad del mensaje principal: Se valorará la rápida percepción del mensaje principal, su comprensión y facilidad de entendimiento.
- d. 7,5 PUNTOS: Propuesta de soportes. Se valorará la flexibilidad y adaptación de la idea a diferentes formatos y soportes.

De conformidad con la cláusula decimotercera del Pliego de Condiciones Administrativas Particulares, aquellas empresas que no obtengan un mínimo de 30 puntos en su proyecto técnico, quedarán excluidas del procedimiento de licitación."



Existiendo discrepancia entre la puntuación mínima a alcanzar en los proyectos técnicos entre los dos pliegos, tiene prioridad y prima el Pliego Administrativo, debiendo las empresas alcanzar un mínimo de **25 PUNTOS** para seguir en el procedimiento de licitación.

De la valoración realizada, se depende el siguiente informe:

VALORACIÓN DE CRITERIOS		
a. Creatividad de la idea. Se valorará la innovación en el diseño. Max. 15p		PUNTUACIÓN
<p>PUNTUAL, DISEÑO, IMAGEN Y COMUNICACIÓN, S.L</p> <p><u>Los controladores del amor</u></p>	<p><i>El diseño es original, tanto visualmente a nivel de ilustraciones, colores y tipografía, como el slogan, con la palabra control señalada. Aunque la idea de los mensajes de texto ha sido anteriormente utilizada por la Mancomunidad, no se ha llegado a incidir demasiado en ella, siendo, en comparación con el resto de propuestas presentadas, la idea que mejor capta el objetivo principal del día 25 de noviembre, ya que hace cuestionar y aprender más sobre la violencia de género. Incide de forma creativa en una de las formas más extendidas de la violencia de género que viven las y los jóvenes: el control a través del teléfono móvil, por lo que los y las jóvenes se sentirán identificados/as con la imagen.</i></p>	10
<p>IMAGINA BIENESTAR, S.L</p> <p><u>Ya no más: hagamos la lucha conjunta #yoactúo</u></p>	<p><i>Se ha trabajado previamente en la Mancomunidad el apoyo de los hombres en la lucha de la violencia de género de forma más elaborada y creativa durante varias campañas, por lo que no se trata de una idea innovadora, sino renovada de campañas anteriores. Además, tanto el diseño como el eslogan son muy similares a los ya utilizados. Del mismo modo, la ilustración tiene un diseño poco actual y el símbolo del género femenino en su mano no es novedoso, ya que se incluye en la gran mayoría de campañas por la igualdad.</i></p>	4
<p>MORATALLISTA S.L</p> <p><u>No a la violencia de género</u></p>	<p><i>Se observa una total falta de originalidad en mensaje e imagen. El eslogan ha sido utilizado anteriormente en numerosas campañas, por lo que no es innovador. En cuanto a la tipografía, es usada con gran frecuencia, sin nada destacable en la misma, y, además, se asocia a campañas que no</i></p>	4

	<p>tienen relación con la lucha contra la violencia de género. En cuanto a la ilustración de los símbolos de género femenino y masculino están también muy utilizados en diferentes campañas por la igualdad.</p>	
--	---	--

b. Impacto y notoriedad del mensaje: Se valorará la capacidad de asociación del concepto, así como su capacidad de permanecer en la memoria. Max. 15p		PUNTUACIÓN
<p>PUNTUAL, DISEÑO, IMAGEN Y COMUNICACIÓN, S.L</p> <p><u>Los controladores del amor</u></p>	<p>El mensaje tiene un gran impacto, es cercano a la población objeto de la campaña, las y los jóvenes. Refleja conductas propias de la violencia de control mediante el móvil, con un lenguaje claro y directo, para que puedan trasladarlo a su día a día y cuestionar si viven en una relación de control.</p>	10
<p>IMAGINA BIENESTAR, S.L</p> <p><u>Ya no más: hagamos la lucha conjunta #yoactúo</u></p>	<p>El mensaje no tiene un elevado impacto, aunque es directo y anima a los hombres a que se unan a la lucha, no habla de violencia de género ni de ninguna de sus formas, por lo que no es fácil asociar el eslogan e imagen con el fin de la campaña.</p>	5
<p>MORATALLISTA S.L</p> <p><u>No a la violencia de género</u></p>	<p>El mensaje se asocia al concepto de la campaña, pero el eslogan no tiene impacto, no consigue el objetivo de la campaña: cuestionar y rechazar la violencia de género, se limita a transmitir que la violencia de género no está bien, pero de forma demasiado simple. Además, mediante la ilustración de los símbolos de género femenino y masculino se representa una victimización de las mujeres y generalización de los hombres maltratadores, como si todos fueran violentos con ellas.</p>	3



c. Sencillez y claridad del mensaje principal: Se valorará la rápida percepción del mensaje principal, su comprensión y facilidad de entendimiento. Max. 7,5p		PUNTUACIÓN
<p>PUNTUAL, DISEÑO, IMAGEN Y COMUNICACIÓN, S.L</p> <p><u>Los controladores del amor</u></p>	<p><i>El mensaje es claro y accesible a toda la población, además, explica y justifica el eslogan con el siguiente texto “Tolerancia cero ante los comportamientos de abuso de control” y “El control nunca es amor”, denunciando esta violencia, para dejar más claro, si cabe, de qué habla la campaña.</i></p>	5
<p>IMAGINA BIENESTAR, S.L</p> <p><u>Ya no más: hagamos la lucha conjunta #yoactúo</u></p>	<p><i>El mensaje es sencillo, pero eslogan e imagen no van de la mano, al representar a un solo hombre y hablar de lucha conjunta, no se entiende claramente si es de un conjunto de hombres o de hombres y mujeres. Además, utiliza como mensajes hastags que no tienen relación en el fin de la campaña, mezclando así el #construyendoigualdad y #yoactúo.</i></p>	2
<p>MORATALLISTA S.L</p> <p><u>No a la violencia de género</u></p>	<p><i>El mensaje es de fácil comprensión, pero, aunque se demanda sencillez, el slogan es demasiado simple, no genera impacto en las personas que lo leen.</i></p>	2



d. Propuesta de soportes. Se valorará la flexibilidad y adaptación de la idea a diferentes formatos y soportes. Max. 7,5p		PUNTUACIÓN
PUNTUAL, DISEÑO, IMAGEN Y COMUNICACIÓN, S.L <u>Los controladores del amor</u>	<i>Propone una gran cantidad de soportes tanto de medios online como offline, adaptando la idea a cada uno de ellos. Incluye elementos diferenciados para cada uno de municipios que componen la Mancomunidad.</i>	6
IMAGINA BIENESTAR, S.L <u>Ya no más: hagamos la lucha conjunta #yoactúo</u>	<i>Aunque realiza una distribución por municipios en base a su población e incluye medios online y offline, es la empresa que menos variedad y adaptabilidad ofrece.</i>	3
MORATALLISTA S.L <u>No a la violencia de género</u>	<i>Propone la adaptación de la imagen a gran cantidad de soportes online y offline, sin determinar la inclusión de estos en su oferta.</i>	1

PUNTUACIÓN TOTAL	
PUNTUAL, DISEÑO, IMAGEN Y COMUNICACIÓN, S.L	31 PUNTOS
IMAGINA BIENESTAR, S.L	14 PUNTOS
MORATALLISTA S.L	10 PUNTOS



De conformidad con la cláusula decimocuarta de Pliego Administrativo que rige la licitación, aquellas propuestas de las empresas licitadoras que no obtengan un **MÍNIMO DE 25 PUNTOS**, quedarán directamente excluidas del procedimiento de licitación, no procediéndose por lo tanto a la apertura del SOBRE B, quedando por lo tanto IMAGINA BIENESTAR, S.L con un total de 14 puntos excluida del procedimiento, así como MORATALLISTA S.L con un total de 10 puntos.

Posteriormente se procede a la apertura de SOBRE B de las empresas admitidas, siendo la oferta económica presentada la siguiente:

EMPRESA LICITADORA	Importe (sin IVA)	IVA	TOTAL
PUNTUAL, DISEÑO, IMAGEN Y COMUNICACIÓN, S.L	3.139,75€	659,34€	3.799,09€

La valoración de la proposición económica presentada de conformidad a la fórmula establecida en los pliegos es la siguiente:

- **OFERTA ECONÓMICA:** Será evaluable con una puntuación de 0 a 25 PUNTOS, conforme a la siguiente fórmula:

$$PE = 25 \times Omin / Oi$$

Siendo:

- **Omin:** Oferta mínima no incurso en temeridad
- **Oi:** Oferta a valorar

$$25 \times 3.139,75 / 3.139,75 = 25 \text{ PUNTOS}$$

Acto seguido, la Mesa de Contratación procede a la valoración de los **criterios de calidad** presentados por la empresa admitida, **no quedando acreditada la autoría** por parte de PUNTUAL, DISEÑO, IMAGEN Y COMUNICACIÓN, S.L de las campañas al presentar una relación de las mismas sin certificación acreditativa o similar.



De todo lo anterior se desprende la siguiente **PUNTUACIÓN FINAL**:

EMPRESA LICITADORA	PUNTUACIÓN SOBRE A	PUNTUACIÓN SOBRE B OFERTA ECONÓMICA	PUNTUACIÓN SOBRE B CRITERIOS DE CALIDAD	TOTAL
PUNTUAL, DISEÑO, IMAGEN Y COMUNICACIÓN, S.L	31	25	0	56

La Mesa de Contratación acuerda proponer la adjudicación del presente contrato a PUNTUAL, DISEÑO, IMAGEN Y COMUNICACIÓN S.L, con CIF: B53207486, teniendo en cuenta que las propuestas se ajustan a lo establecido en los pliegos que rigen el procedimiento.

En su virtud, siendo las nueve horas y veinticinco minutos, se extiende la presente acta que, tras su lectura, firman los/as miembros de la Mesa de Contratación, en lo que, como Secretaria de la Mesa, certifico.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE

