



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 MASCULINA DURANTE 2020 (EXPEDIENTE 202004PAS004).

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 masculina durante 2020 (Expediente 202004PAS004)**, con un presupuesto base de licitación de CIEN MIL EUROS (100.000,00€), 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 violencia de género, 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.

Los licitadores 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 global: estos aspectos regirán el planteamiento estratégico de la campaña y se valorarán hasta un máximo de **10 puntos** atendiendo a los siguientes criterios:

8.2.1.A. Calidad de la propuesta de marketing global, en términos de originalidad (hasta 5 puntos).

8.2.1.B. Capacidad de penetración del mensaje global 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 en el mismo y a su eficacia simbólica (hasta 3 puntos).

8.2.1.C. Coordinación entre todas las piezas creativas (hasta 2 puntos).

8.2.2. Características de la propuesta creativa de spot: La propuesta presentada se valorará hasta un máximo de **16 puntos** atendiendo a los siguientes aspectos:

8.2.2.A. Planteamiento general de la propuesta: Se valorarán la calidad, claridad y el nivel de detalle de la propuesta, que se presentará en forma de storyboard guionizado, atendiendo al grado en que ésta permita imaginar el resultado final del spot. (hasta 4,5 puntos).

8.2.2.B. Originalidad, carácter innovador respecto a campañas anteriores y capacidad de impacto (hasta 3 puntos).

8.2.2.C. Calidad de diseño de las piezas gráficas y capacidad de adaptación a múltiples soportes (hasta 2 puntos).

8.2.2.D. Grado de adaptación del spot al objetivo de la campaña (hasta 2 puntos).

8.2.2.E. 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 2 puntos).

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



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

8.2.3. Características de la propuesta de creativa para Internet: La propuesta presentada se valorará hasta un máximo de **10 puntos**, atendiendo a los siguientes aspectos:

8.2.3.A. Calidad de las estrategias de redes sociales, en términos de originalidad y coordinación con el resto de piezas creativas de la campaña (hasta 5 puntos).

8.2.3.B. Adaptabilidad multiplataforma de la propuesta para Redes Sociales, atendiendo al potencial de plasmar sus contenidos en stories, stickers o gifs (hasta 2 puntos).

8.2.3.C. 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 3 puntos).

8.2.4. Características de la propuesta creativa para medios de expresión gráfica y exterior: La propuesta presentada se valorará hasta un máximo de **6 puntos** atendiendo a los siguientes aspectos:

8.2.4.A. Originalidad, carácter innovador y capacidad de impacto (hasta 4 puntos).

8.2.4.B. Calidad de diseño de los elementos gráficos (hasta 2 puntos).

8.2.5. Características de la propuesta creativa de radio: La propuesta de cuñas presentadas se valorará hasta un máximo de **3 puntos** atendiendo a los siguientes aspectos.

8.2.5.A. Originalidad, carácter innovador y capacidad de impacto (hasta 3 puntos).

Con fecha 7 de julio de 2020 la Mesa de Contratación del Ministerio de la Presidencia, Relaciones con las Cortes e Igualdad 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:

- ABBSOLUTE COMUNICACION S.L.
- ALCANDORA PUBLICIDAD, S.L.
- BABYDOG ARTE Y COMUNICACIÓN, S.L.
- CONEXMA SERVICIOS DE MARKETING S.L.
- DISEÑOPAGINAWEB S.L.
- GROW COMUNICACION S.A
- INOFF COMUNICACIÓN S.L
- LA MAQUINA DE HUMO S.L.
- POOL CREACIONES PUBLICITARIAS, S.L.
- PORTAVOZ COMUNICACIONES INTEGRADAS, S.L.
- QUALITY MEDIA PRODUCCIONES SL



- SEPTEMBER WORLDWIDE, S.L.
- 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 e Igualdad, 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.	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



		<p>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".</p>
3.	GROW COMUNICACION S.A	<p>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.</p>
4.	INOFF COMUNICACIÓN S.L	<p>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.</p>
5.	PORTAVOZ COMUNICACIONES INTEGRADAS, S.L.	<p>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.</p>
6.	QUALITY MEDIA PRODUCCIONES SL	<p>Incluye información en el archivo electrónico número 1 (Documentación administrativa y criterios basados en juicios de valor) correspondiente al archivo electrónico número 2</p>



	<p>(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”.</p>
--	---

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:**

- 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 (0-10)			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
3	DISEÑOPAGINAWEB S.L.	2	1	1.5	4.50
4	LA MÁQUINA DE HUMO S.L.	4	2	2	8
5	MEMOLATUCARA SL	3	1.5	1.5	6
6	POOL CREACIONES PUBLICITARIAS S.L.	1.5	1	1.5	4
7	SEPTEMBER WORLDWIDE, S.L.	4	2	2	8
8	TELSON SERVICIOS AUDIOVISUALES	2.5	2	2	6.50



- Punto 8.2.2 de la Hoja Resumen del PCAP:

	ENTIDAD LICITADORA	CARACTERÍSTICAS DE LA PROPUESTA CREATIVA DE SPOT (0-16)					TOTAL CARACTERÍSTICA 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
2	ALCANDORA PUBLICIDAD, S.L	2	1	2	1	1	0	7
3	DISEÑOPAGINAWEB S.L.	2	1	1	1	1	0.5	6.5
4	LA MÁQUINA DE HUMO S.L.	3	2	2	1	1	1	10
5	MEMOLATUCARA SL	3	2	1	1	1	1	9
6	POOL CREACIONES PUBLICITARIAS S.L.	1.5	1.5	1	1	1	0	6
7	SEPTEMBER WORLDWIDE, S.L.	3.5	2	2	1	1	0	9.5
8	TELSON SERVICIOS AUDIOVISUALES	2	2	2	1	1	0	8

- Punto 8.2.3 de la Hoja Resumen del PCAP:

	ENTIDAD LICITADORA	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	ABBSOLUTE COMUNICACIÓN S.L	4	2	2	8
2	ALCANDORA PUBLICIDAD, S.L	2.5	1.5	1	5
3	DISEÑOPAGINAWEB S.L.	1.5	1	1.5	4
4	LA MÁQUINA DE HUMO S.L.	4	2	2	8
5	MEMOLATUCARA SL	3	1.5	1.5	6



6	POOL CREACIONES PUBLICITARIAS S.L.	3	1.5	2	6.5
7	SEPTEMBER WORLDWIDE, S.L.	4	2	2.5	8.5
8	TELSON SERVICIOS AUDIOVISUALES	3	2	1.5	6.5

- Punto 8.2.4 de la Hoja Resumen del PCAP:

	ENTIDAD LICITADORA	CARACTERISTICAS DE LA PROPUESTA PARA MEDIOS DE EXPRESIÓN GRÁFICA Y EXTERIOR (0-6)		
		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	4.5
2	ALCANDORA PUBLICIDAD, S.L	2	1	3
3	DISEÑOPAGINAWEB S.L.	1.5	1	2.5
4	LA MÁQUINA DE HUMO S.L.	2	1	3
5	MEMOLATUCARA SL	2.5	1	3.5
6	POOL CREACIONES PUBLICITARIAS S.L.	1.5	1	2.5
7	SEPTEMBER WORLDWIDE, S.L.	3	1	4
8	TELSON SERVICIOS AUDIOVISUALES	3	1	4

- Punto 8.2.5 de la Hoja Resumen del PCAP:

	ENTIDAD LICITADORA	CARACTERISTICAS DE LA PROPUESTA PARA RADIO (0-3)
1	ABBSOLUTE COMUNICACIÓN S.L	2.5
2	ALCANDORA PUBLICIDAD, S.L	1
3	DISEÑOPAGINAWEB S.L.	1
4	LA MÁQUINA DE HUMO S.L.	1



5	MEMOLATUCARA SL	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:

	ENTIDAD LICITADORA	CRITERIOS RELACIONADOS CON LA CALIDAD QUE DEPENDEN DE UN JUICIO DE VALOR (0-45)					TOTAL CRITERIOS RELACIONADO CON LA CALIDAD QUE DEPENDEN DE UN JUICIO DE VALOR (0-45)
		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)	
1	ABBSOLUTE COMUNICACIÓN S.L	8.5	11	8	4.5	2.5	34.50
2	ALCANDORA PUBLICIDAD, S.L	5	7	5	3	1	21
3	DISEÑOPAGINAWEB S.L.	4.5	6.5	4	2.5	1	18.50
4	LA MÁQUINA DE HUMO S.L.	8	10	8	3	1	30
5	MEMOLATUCARA SL	6	9	6	3.5	2	26.50
6	POOL CREACIONES PUBLICITARIAS S.L.	4	6	6.5	2.5	1	20
7	SEPTEMBER WORLDWIDE, S.L.	8	9.5	8.5	4	1.5	31.50
8	TELSON SERVICIOS AUDIOVISUALES	6.5	8	6.5	4	1.5	26.50

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 VIOLENCIA DE GÉNERO (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€	SI	SI	SI
2	ALCANDORA PUBLICIDAD, S.L	39.000,00€	SI	SI	SI
3	DISEÑOPAGINAWEB S.L.	52.300,00€	SI	SI	SI
4	LA MÁQUINA DE HUMO S.L.	65.800,00€	SI	SI	SI
5	MEMOLATUCARA SL	88.000,00€	SI	SI	SI
6	POOL CREACIONES PUBLICITARIAS S.L.	75.000,00€	SI	SI	SI
7	SEPTEMBER WORLDWIDE, S.L.	87.000,00€	SI	SI	SI
8	TELSON SERVICIOS AUDIOVISUALES	81.500,00€	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	ABBSOLUTE COMUNICACIÓN S.L	71.500,00€	2.12%
2	ALCANDORA PUBLICIDAD, S.L	39.000,00€	-44.30%
3	DISEÑOPAGINAWEB S.L.	52.300,00€	-25.30%
4	LA MÁQUINA DE HUMO S.L.	65.800,00€	-6.02%



5	MEMOLATUCARA SL	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 procedió al cálculo de una nueva media prescindiendo de las ofertas que superan a la media en más de 10 unidades porcentuales:

	ENTIDAD LICITADORA	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	DISEÑOPAGINAWEB S.L.	52.300,00€	-13.87%
4	LA MÁQUINA DE HUMO S.L.	65.800,00€	8.37%
5	MEMOLATUCARA SL	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 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 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	6	55
3	DISEÑOPAGINAWEB S.L.	36.54	6	42.54



4	LA MÁQUINA DE HUMO S.L.	29.04	6	35.04
5	MEMOLATUCARA SL	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 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 (0-100)
1	ALCANDORA PUBLICIDAD, S.L	21	55	76
2	ABBSOLUTE COMUNICACIÓN S.L	34.50	32.73	67.23
3	LA MÁQUINA DE HUMO S.L.	30	35.04	65.04
4	DISEÑOPAGINAWEB S.L.	18.50	42.54	61.04
5	SEPTEMBER WORLDWIDE, S.L.	31.50	27.97	59.47
6	TELSON SERVICIOS AUDIOVISUALES	26.50	29.45	55.95
7	MEMOLATUCARA SL	26.50	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 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 previstos para la contratación de un servicio de figurantes para un spot de TV nacional y para unas gráficas de exterior y online 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 **76 puntos**, de los cuales 21 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 (0-100)
1	ALCANDORA PUBLICIDAD, S.L	21	55	76
2	ABBSOLUTE COMUNICACIÓN S.L	34.50	32.73	67.23
3	LA MÁQUINA DE HUMO S.L.	30	35.04	65.04
4	DISEÑOPAGINAWEB S.L.	18.50	42.54	61.04
5	SEPTEMBER WORLDWIDE, S.L.	31.50	27.97	59.47
6	TELSON SERVICIOS AUDIOVISUALES	26.50	29.45	55.95
7	MEMOLATUCARA SL	26.50	27.72	54.22
8	POOL CREACIONES PUBLICITARIAS S.L.	20	31.48	51.48

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 NUEVE MIL EUROS (39.000,00€) MÁS IVA.

EL VOCAL ASESOR


Vicente M. González Camacho

