

**INFORME TÉCNICO, DE (16 DE JULIO), DE VALORACIÓN DE LA OFERTA PRESENTADA AL EXPEDIENTE DE CONTRATACIÓN 25/2024 PARA EL CONTRATO DE SERVICIO DE MARKETING DIGITAL PARA LA FUNDACIÓN DEL TEATRO REAL FSP – LOTE 3: PAID SOCIAL (SOBRE 2: CRITERIOS DE PROPOSICIÓN RELATIVA A LOS CRITERIOS NO EVALUABLES MEDIANTE FÓRMULAS)**

**1.- Identificación del procedimiento**

Se trata de un procedimiento abierto convocado por el órgano de contratación de la Fundación del Teatro Real con número de expediente 25/2024, y cuyo objeto del contrato es el servicio de marketing digital para la Fundación del Teatro Real FSP (FTR), Lote 3.- PAID SOCIAL

**2.- Objeto del informe:**

Valoración técnica del Sobre 2 (**Criterios de proposición relativa a los criterios no evaluables mediante fórmulas.**) de la oferta presentada al Expediente de Contratación 25/2024 para el contrato de servicio de marketing digital para la Fundación del Teatro Real FSP (FTR), Lote 3.- PAID SOCIAL.

**3.- Empresas licitadoras objeto de valoración:**

El día 4 de julio de 2024 se procede a la apertura del sobre 2 (documentación en cuya valoración no se emplea fórmula matemática) de las ofertas admitidas y que son enumeradas a continuación:

- NIF: B56095318 - Eccuo Digital 4.0 S.L
- NIF: B20636502 - HISPAVISTA S.L.
- NIF: B99393613 - Flat 101 SLU
- NIF: B85166932 - NIVORIA SOLUTIONS SL
- NIF: B64673130 - NOTHINGAD COMUNICACIO, S.L.

**4.- Normativa de referencia**

- Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público (en adelante LCSP), por la que se transponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014 (BOE núm. 272, de 09/11/2017).
- Real Decreto 1098/2001, de 12 de octubre, por el que se aprueba el Reglamento General de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas (BOE núm. 257, de 26/10/2001)
- Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares (en adelante PCAP) del expediente 06/2024 para el "contrato de servicio de protección de datos y cumplimiento del esquema nacional de seguridad para la Fundación del Teatro Real, F.S.P." criterios evaluables mediante juicio de valor (sobre nº 2).

**5.- Motivación del informe técnico**

En virtud de los artículos:

- 145.1 de la LCSP: “la adjudicación de los contratos se realizará utilizando una pluralidad de criterios de adjudicación en base a la mejor relación calidad-precio”.
- 145.2 de la LCSP: “2. La mejor relación calidad-precio se evaluará con arreglo a criterios económicos y cualitativos.” En este sentido, y habiendo previsto el Pliego de Cláusulas Administrativas que rige la presente licitación criterios de adjudicación evaluables mediante juicio de valor, la mesa de contratación ha solicitado la elaboración de un informe técnico sobre la documentación presentada por los licitadores sobre estos criterios.

El carácter esencial de los criterios que se han tenido en cuenta para valorar las ofertas se basan en el primer párrafo del considerando 90 de la Exposición de Motivos de la Directiva 2014/24/UE: “la adjudicación de los contratos debe basarse en criterios objetivos que garanticen el respeto de los principios de transparencia, no discriminación e igualdad de trato con el fin de garantizar una comparación objetiva del valor relativo de los licitadores que permita determinar, en condiciones de competencia efectiva, qué oferta es la oferta económicamente más ventajosa”, recogidos asimismo en el artículo 145 de la LCSP.

#### **6.- Criterios seguidos para la valoración técnica a realizar:**

De conformidad con lo establecido en el apartado 20.2 del Cuadro-Resumen del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares (PCAP) que rigen el presente expediente de contratación, la valoración total de los criterios de adjudicación no evaluables mediante fórmulas del **LOTE 3**, será de hasta 30 puntos. Dichos 30 puntos a su vez son repartidos en los siguientes apartados, siendo repartidos de la siguiente manera:

CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN NO EVALUABLES MEDIANTE FÓRMULAS DEL LOTE 3	
CRITERIO	PUNTUACIÓN
Estrategia propuesta	Hasta 30 puntos
Puntuación total máxima en los criterios no evaluables mediante fórmulas	Hasta 30 puntos.

Será requisito necesario obtener una puntuación **mínima de 15 puntos** en este criterio para que el licitador pueda continuar en el proceso.

Para la evaluación y valoración se utiliza una escala de puntuación establecida para cada subcriterio según el grado de idoneidad en base al siguiente baremo:

- Unidad de medida: Puntos
- Sentido: Maximizador
- Método de valoración: Grado de Idoneidad
- Escala de valoración (según grado de idoneidad observado):

Grado de Idoneidad	Valoración cualitativa
Inadecuado	$0\% \leq X < 25\%$ de la valoración máxima de este criterio de valoración
Insuficiente	$25\% \leq X < 50\%$ de la puntuación máxima de este criterio de valoración
Bueno	$50\% \leq X < 75\%$ de la puntuación máxima de este criterio de valoración
Notable	$75\% \leq X < 100\%$ de la puntuación máxima de este criterio de valoración
Óptimo	100% de la puntuación máxima de este criterio de valoración

Todas las puntuaciones se redondean a 2 decimales.

**7.- Valoración técnica realizada:**

**VALORACIÓN DEL LICITADOR: Eccuo Digital 4.0 S.L**

***A. Hasta 30 puntos:***

*Se valorará:*

- a) ESTRATEGIA PROPUESTA (hasta 30 puntos).

Se analizará que el licitador dispone de los conocimientos adecuados para la gestión de la cuenta de Paid Social del Teatro, así como de conocimiento del sector ocio o cultura de conformidad con el caso práctico presentado. (De conformidad con el punto 1.3.1. del PPT)

**Analizada la documentación, se observa que:** se realiza una distribución del presupuesto acertada con una propuesta de número de campañas y formatos bien planteada. Incluye más de tres segmentaciones bien argumentadas y los KPIs con los que monitorizar y optimizar la campaña, a falta de alguno como el aumento de comunidad. Se echa en falta un argumento del protocolo de la estrategia que soporte las decisiones planteadas. Tampoco se incluyen otras propuestas que aporten valor a la campaña, según indicado.

Grado de idoneidad: **bueno**.

Puntuación que se otorga a Eccuo Digital 4.0 S.L: **18,5 puntos**

**VALORACIÓN DEL LICITADOR: HISPAVISTA S.L.**

**A. Hasta 30 puntos:**

*Se valorará:*

- a) ESTRATEGIA PROPUESTA (hasta 30 puntos).

Se analizará que el licitador dispone de los conocimientos adecuados para la gestión de la cuenta de Paid Social del Teatro, así como de conocimiento del sector ocio o cultura de conformidad con el caso práctico presentado. (De conformidad con el punto 1.3.1. del PPT)

**Analizada la documentación, se observa que:** se realiza una propuesta de distribución del presupuesto correcta con un plan de segmentación que incluye más de 3 segmentaciones bien argumentadas. La propuesta se acompaña con un planteamiento estratégico bien argumentado y una serie de elementos que aportan valor añadido a la campaña, como tecnologías de optimización, formatos y pruebas test A/B.

No se incluyen, sin embargo, ninguno de los KPIs de medición y optimización de la campaña o sinergias con otras audiencias del sector cultural, según indicado.

Grado de idoneidad: **bueno**.

Puntuación que se otorga a HISPAVISTA S.L.: **19,5 puntos**

<b>VALORACIÓN DEL LICITADOR: Flat 101 SLU</b>
---

**A. Hasta 30 puntos:**

*Se valorará:*

- a) ESTRATEGIA PROPUESTA (hasta 30 puntos).

Se analizará que el licitador dispone de los conocimientos adecuados para la gestión de la cuenta de Paid Social del Teatro, así como de conocimiento del sector ocio o cultura de conformidad con el caso práctico presentado. (De conformidad con el punto 1.3.1. del PPT)

**Analizada la documentación, se observa que:** se realiza una propuesta estratégica argumentada con objetivos, audiencias, formatos e hitos de campaña. No se incluye, sin embargo, ninguna referencia a la distribución del presupuesto, ni se menciona el espectáculo propuesto para el ejercicio. Tampoco se aporta información sobre otras cuestiones como las sinergias con otras audiencias del sector cultural u otros requisitos que aporten valor a la campaña, según indicado.

Grado de idoneidad: **inadecuada**.

Puntuación que se otorga a Flat 101 SLU.: **7 puntos**

**VALORACIÓN DEL LICITADOR: NIVORIA SOLUTIONS SL**

***A. Hasta 30 puntos:***

*Se valorará:*

- a) ESTRATEGIA PROPUESTA (hasta 30 puntos).

Se analizará que el licitador dispone de los conocimientos adecuados para la gestión de la cuenta de Paid Social del Teatro, así como de conocimiento del sector ocio o cultura de conformidad con el caso práctico presentado. (De conformidad con el punto 1.3.1. del PPT)

**Analizada la documentación, se observa que:** realiza una buena propuesta de distribución del presupuesto que incluye un buen volumen de campañas por red, intercalando las redes según el momento de campaña con diferentes líneas de impacto. La propuesta de formatos y segmentación también es muy adecuada, ya que incluye más de tres segmentaciones de audiencias. En cuanto a la medición, describe dos niveles con KPIs principales y secundarios entre los que tiene en cuenta todos los solicitados por el Teatro Real. Además, hace referencia a posibles sinergias con otras audiencias de partners y estrategias que aporten valor añadido como la monitorización a través de un dashboard personalizado. Se echan en falta algunos detalles en el planteamiento de la estrategia como el plan para aumentar el engagement a largo plazo, según indicado.

Grado de idoneidad: **notable**.

Puntuación que se otorga a NIVORIA SOLUTIONS SL: **27,5 puntos**

**VALORACIÓN DEL LICITADOR: NOTHINGAD COMUNICACIÒ, S.L.**

***A. Hasta 30 puntos:***

*Se valorará:*

- a) ESTRATEGIA PROPUESTA (hasta 30 puntos)

Se analizará que el licitador dispone de los conocimientos adecuados para la gestión de la cuenta de Paid Social del Teatro, así como de conocimiento del sector ocio o cultura

de conformidad con el caso práctico presentado. (De conformidad con el punto 1.3.1. del PPT)

**Analizada la documentación, se observa que:** se realiza una propuesta correcta de distribución del presupuesto con un número de campañas y formatos adecuado. Se incluyen dos segmentaciones cualitativas y una serie de KPIs de medición de resultados y optimización en los que falta el aumento de comunidad, fundamental para la estrategia a medio plazo del Teatro Real. Se incluye, además, una breve descripción de la estrategia en la que se echa en falta la justificación de algunas de las acciones propuestas, y se echa en falta el planteamiento de posibles sinergias con otras audiencias y estrategias que aporten valor añadido, según indicado.

Grado de idoneidad: **bueno**.

Puntuación que se otorga a NOTHINGAD COMUNICACIO, S.L.: **15,5 puntos**

#### 8.- Cuadro resumen de valoración final de la oferta

	CRITERIO	Puntos	Eccuo Digital 4.0 S.L	Flat 101 SLU	HISPAVISTA S.L.	NIVORIA SOLUTIONS SL	NOTHINGAD COMUNICACIO, SL
Evaluación de criterios	Análisis de la estrategia propuesta	Máx. 30 pts	18,5	7	19,5	27,5	15,5
	<b>Puntuación total Max. 30 puntos</b>		18,5	5	19,5	27,5	15,5

#### 9.- Conclusión.

Con la elaboración y suscripción de éste informe, se considera satisfecho el requerimiento del órgano de contratación realizado a ésta Unidad Técnica a los efectos indicados en la motivación del mismo.

En base al artículo 64 de la LCSP manifiesto que no existe conflicto de intereses con los licitadores sobre los que versa el presente informe.

Madrid, a fecha de firma electrónica

Conforme  
  
 Francisco José Ramos Zaldivar  
 Director de Marketing, Publicidad, Calidad y Ventas

17 de julio de 2024

D. Francisco José Ramos Zaldívar, Director de Marketing, Publicidad, Calidad y Ventas de la Fundación del Teatro Real FSP