

Memoria justificativa de contratación procedimiento abierto sin lotes

TÍTULO: N.º 141/2023. Contratación del servicio de agencia de medios para el desarrollo de la campaña de publicidad de las Líneas ENISA 2023.

Área que promueve la contratación: División de Comunicación y Promoción.

1. Descripción del contrato

1.1. Motivación de la necesidad del contrato y justificación de la división en lotes

Con motivo del próximo lanzamiento de las líneas de financiación de ENISA 2023 y dado que ENISA no cuenta con los medios técnicos ni personales para llevar a cabo la elaboración de una campaña de publicidad, se precisa contratar los servicios de una agencia de medios para el desarrollo de la campaña de publicidad de las Líneas ENISA 2023 Jóvenes Emprendedores, Emprendedores, Crecimiento, AgrolInnpulso, Emprendedoras Digitales y Audiovisual e Industrias Culturales y Creativas.

A estos efectos, se licitó el contrato de “Servicio de agencia de medios para el desarrollo de la campaña de publicidad de las Líneas ENISA 2023” con número de expediente 87/2023, por el procedimiento abierto con tramitación urgente y que ha sido declarado desierto mediante resolución del 28 de junio de 2023 por no haberse presentado oferta o proposición por ningún licitador.

Que teniendo en cuenta las consideraciones expuestas en el primer párrafo continua siendo necesario y urgente licitar el expediente para la contratación del Servicio de agencia de medios para el desarrollo de la campaña de publicidad de las Líneas ENISA 2023”, habiéndose verificado que los requisitos y cuantías señaladas en el mismo se adecuan a la LCSP y a los precios de mercado, por lo que resulta oportuno licitar el presente procedimiento abierto con número de expediente 141/2023.

Atendiendo al nivel de especialización que requieren los servicios, la División de Comunicación y Promoción carece de recursos suficientes para poder asumir el desempeño de los servicios a contratar.

1.2. Objeto y contenido del contrato

ENISA, EMPRESA NACIONAL DE INNOVACION, S.M.E., S.A. es una empresa de capital público, creada en 1982 y dependiente del Ministerio de Industria, Comercio y

Turismo, a través de la Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa.

El objeto al que se refiere la presente licitación es la contratación de los servicios de una agencia de medios para el desarrollo de una campaña de publicidad de las Líneas ENISA 2023 Jóvenes Emprendedores, Emprendedores, Crecimiento, AgroInnpulso, Emprendedoras Digitales y Audiovisual e Industrias Culturales y Creativas que deberá ajustarse a lo establecido en la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional.

De conformidad con el artículo 99.3 b). de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, 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 (en adelante LCSP), dada la naturaleza del servicio que se desea obtener el contrato no se divide lotes.

Se entiende más adecuado contratar a una única empresa que preste este servicio de forma completa, que a varias empresas que respondan de forma parcial a las necesidades que ENISA pretende cubrir con el mismo. Este planteamiento permite a ENISA mejorar la eficiencia en la asignación y utilización de recursos públicos fundamentalmente por los siguientes motivos:

- ▶ **Modelo más económico:** El contrato con los servicios centralizados resulta notablemente más económico que la suma de contratos con los servicios distribuidos al posibilitar:
 - Mayor descuento: Un contrato de este tipo podría propiciar que los licitadores realizaran descuentos más agresivos sobre el presupuesto de licitación.
 - Capa de gestión única: En un contrato centralizado solo habría un interlocutor que gestionaría el servicio por parte del proveedor, esto conllevaría una reducción de costes en la gestión.
- ▶ **Sin vacíos de responsabilidad:** Al tener un solo proveedor, se evitarían situaciones en las que la responsabilidad por el buen funcionamiento de las funcionalidades del servicio a contratar sea ambigua o no esté definida. De esta manera toda la responsabilidad de los trabajos recaería en el proveedor adjudicatario.
- ▶ **Valor añadido:** Las mejoras propuestas para el global del servicio generarán un mayor valor añadido para ENISA ya que, al aprovechar sinergias, representarán mejoras globales del sistema de gestión y seguimiento del riesgo.
- ▶ **Coordinación más sencilla:** Al tener un solo interlocutor, la coordinación se simplificaría notoriamente.

Servicios de una agencia de medios para el desarrollo de la campaña de publicidad de las Líneas ENISA 2023 Jóvenes Emprendedores, Emprendedores, Crecimiento, AgroInnpulso, Emprendedoras Digitales y Audiovisual e Industrias Culturales y Creativas.

La empresa contratada tendrá que llevar a cabo los siguientes trabajos:

- ▶ **Creatividades:** ENISA facilitará las creatividades que la agencia de medios deberá adaptar a los distintos soportes, bajo supervisión de ENISA.
- ▶ **Copies:** contenido basado en la comunicación de marca de ENISA en las cuñas publicitarias de radio.
- ▶ **Plan de medios y gestión de compra de espacios publicitarios,** conforme a los canales indicados por ENISA.
- ▶ **Seguimiento y control de la campaña de publicidad.** Resultados de la campaña desglosados por líneas de financiación, mediante informes de periodicidad máxima quincenal, así como informe final la semana posterior a la finalización de la campaña.

1.3. Duración

El contrato entrará en vigor el día de su firma y expirará a la entrega del informe de fin de campaña recogido en el apartado 4 PPT, prevista para el 7 de mayo de 2024

1.4. Subcontratación Si

1.5. Constitución de garantía definitiva Si

1.6. Solvencia económica, financiera y técnica o profesional

1.6.1. Solvencia económica y financiera:

Se entenderá acreditada, de conformidad con el art. 87 LCSP del siguiente medio: Importe neto de la cifra de negocios del licitador de los años 2019, 2020 y 2021 que referido al año de mayor volumen de negocio de los tres últimos concluidos sea al menos de 321.000,00 €. €.

El volumen de negocio se acreditará por medio de las cuentas anuales aprobadas y depositadas en el Registro Público que corresponda. En caso de no estar aprobadas y depositadas las cuentas del último ejercicio se presentarán las de 2019, 2020 y 2021 aportando en este caso, el volumen anual de negocios de estos ejercicios. Los empresarios individuales no inscritos en el Registro Mercantil acreditarán su volumen anual de negocios mediante los libros inventarios y cuentas anuales legalizados por el Registro Mercantil.

1.6.2. Solvencia técnica o profesional:

Se acreditará, de conformidad con lo previsto en el art. 90 LCSP, por medio de una relación de los principales servicios prestados por el licitador en los tres últimos años (2019, 2020 y 2021) de igual o similar naturaleza que los que constituyen el objeto de este contrato, cuyo importe anual acumulado en el año de mayor ejecución sea igual o superior al 70 % de la anualidad media del contrato. A efectos de determinar la correspondencia entre los servicios acreditar y el que constituye el objeto del contrato se atenderá a la coincidencia entre los primeros tres dígitos de los códigos

CPV. (79340000 – Servicios de publicidad y de marketing, 79341000 – Servicios de publicidad)

La relación a la que se refiere el párrafo anterior recogerá el importe, fecha, destinatario público o privado de los servicios y vendrá avalada por certificados de buena ejecución o, a falta de certificado, mediante una declaración del licitador acompañada de los documentos obrantes en poder del mismo que acrediten la realización de la prestación. A estos se aporta modelo de declaración en el anexo G.

1.6.3. Clasificación

La inscripción de un empresario en el Registro Oficial de Licitadores y Empresas Clasificadas del Estado acredita frente al Órgano de Contratación, salvo prueba en contrario, las condiciones de aptitud del empresario en cuanto a su personalidad, capacidad de obrar, representación, habilitación profesional o empresarial, solvencia económica y financiera, así como la concurrencia o no concurrencia de las prohibiciones de contratar que deben constar en dicho Registro, de acuerdo con la orden EHA/1490/2010 de 28 de mayo, que regula el funcionamiento del Registro.

2. Datos económicos

2.1. Valor estimado del contrato, presupuesto base de la licitación y facturación y forma de pago

Conforme al artículo 100 LCSP el presupuesto base de la licitación se fija en 239.580,00 euros, IVA del 21 % incluido, que se desglosa de la siguiente forma:

	Total sin IVA	IVA (21 %)	Total IVA incluido
Contratación de agencia de medios para desarrollo de la campaña de publicidad de las Líneas ENISA 2023 Jóvenes Emprendedores, Emprendedores, Crecimiento, Agrolmpulso, Emprendedoras Digitales y Audiovisual e Industrias Culturales y Creativas.	198.000,00 €	41.580,00 €	239.580,00 €
Modificado	16.000,00 €	19.360,00 €	35.360,00 €
TOTAL	214.000,00 €	60.940,00 €	274.940,00 €

El presupuesto base de la licitación se desglosa del siguiente modo:

Directos:	194.059,80 €
Indirectos:	31.145,40 €
Beneficio Industrial:	14.374,80 €

Para la determinación del presupuesto base se han tomado en consideración precios de mercado y licitaciones anteriores de ENISA.

El valor estimado del contrato se fija en 214.000,00 euros.

La facturación de los trabajos realizados se llevará a cabo a la finalización de cada campaña, previa presentación de factura por parte del contratista y aceptación por parte de los responsables de ENISA de los trabajos realizados.

El pago se hará de una sola vez, previa presentación del acta de recepción y factura, mediante transferencia bancaria en un plazo máximo de 30 días naturales desde la recepción de la factura y previa conformidad de **ENISA**.

2.2. Proyecto al que se imputa el gasto.

La partida presupuestaria a la que se imputa el gasto es: 2.3.2 Prensa y Medios. La facturación de los trabajos realizados se llevará a cabo a la finalización de cada campaña, previa presentación de factura por parte del contratista y aceptación por parte de los responsables de ENISA de los trabajos realizados.

Desde al Área que propone la contratación se ha comprobado que existe presupuesto adecuado y suficiente para hacer frente al gasto derivado de la misma.

3. Justificación de la elección del procedimiento

3.1. Tipo de contrato

Contrato de servicios.

3.2. Justificación del procedimiento de adjudicación

Atendiendo al objeto del contrato y con el fin de maximizar el cumplimiento de los principios de publicidad, transparencia, no discriminación e igualdad de trato entre los licitadores se estima conveniente recurrir al procedimiento abierto, en el que el empresario interesado pueda presentar una proposición y quede excluida toda negociación de los términos del contrato con los licitadores.

4. Criterios para la valoración de ofertas

El Órgano de Contratación acordará la adjudicación en base a los criterios y ponderación indicada a continuación:

4.1. Criterios no evaluables mediante fórmulas (subjetivos)

Los criterios de valoración que dependen de un **juicio de valor** tendrán una ponderación del **50 %** del total, por lo tanto, **la puntuación final máxima de este apartado será 50,00 puntos.**

La valoración de estos criterios se realizará en función de los siguientes subapartados. Cada subapartado se puntuará de 0 a 100.

Criterios de valoración que dependen de un juicio de valor	Ponderación sobre 100 %
Metodología, planificación y organización que se propone para los servicios solicitados.	50%
Mejoras	50%
<i>Formatos de publicidad diferentes a los requeridos en programática.</i>	25%
<i>Formatos complementarios de publicidad en radio diferentes a los requeridos.</i>	25%
Total	100%

Para la valoración de la metodología, planificación y organización que se propone para los servicios solicitados se tendrá en cuenta, por cada medio, la concreción de fechas, horarios y periodicidad, espacio y formato; distribución de la acción/presión publicitaria según el periodo de tiempo determinado para la duración de la campaña y aportación de propuesta con las fases para la ejecución de la campaña

4.2. Criterios evaluables mediante fórmulas (objetivos): precio del servicio

4.2.1. Precio del servicio (30 %) Puntuación máxima 30 puntos

Para la valoración del criterio económico de la oferta se aplicará la siguiente fórmula:

$$PE = 30 \frac{P_{max} - P_i}{P_{max} - P_{min}}$$

Donde:

- PE: Puntuación por los aspectos económicos de la oferta.
- Pmax: Precio máximo del contrato (sin IVA): 198.000,00 €
- Pi: Precio de la oferta económica (sin IVA).
- Pmin: Precio más bajo entre las ofertas admitidas no consideradas desproporcionadas o anormales (sin IVA).

De modo que:

- Se asignarán 0 puntos a la oferta u ofertas iguales al precio máximo de licitación.
- Se asignarán 30 puntos a la oferta u ofertas más económicas.

La fórmula aplicada permite, una vez descartadas las ofertas anormalmente bajas, seleccionar la oferta económicamente más ventajosa asignando la máxima puntuación a la oferta que mayor descuento ofrece, penalizando de forma máxima a la oferta que no realiza ninguna rebaja y distribuyendo de forma proporcional las puntuaciones de ofertas intermedias.

Cuando se presenten ofertas de varias empresas pertenecientes al mismo grupo empresarial, se tomarán en consideración, para el cálculo de la media, solamente la oferta más baja de las presentadas por el grupo.

Las ofertas económicas deberán presentarse conforme a lo estipulado en el anexo D de estos pliegos.

Tanto en las proposiciones presentadas por los ofertantes, como en los presupuestos de adjudicación se entienden comprendidos todas las tasas e impuestos, directos e indirectos, y arbitrios municipales que graven la ejecución del contrato, que correrán por cuenta del contratista, salvo el IVA.

4.2.2. Otros criterios cuantificables por fórmula (20 %) Puntuación máxima 20 puntos

CTC1 Número de inserciones adicionales a las requeridas (10 %) 10 puntos

- ▶ Radio (mínimo requerido 106) (7 %)

Obtendrá la máxima puntuación el licitador que ofrezca el mayor número de inserciones adicionales en radio y cero puntos el licitador que no ofrezca ninguna. Las propuestas intermedias tendrán la puntuación que les corresponda de acuerdo con la siguiente fórmula:

$$Puntuación\ Oferta_i = 7 \times \left[1 - \left(\frac{N^{\circ}PT - N^{\circ}PT_o}{N^{\circ}PT} \right) \right]$$

Siendo:

- **Puntuación Oferta_i**: Puntuación asignada a cada oferta.
- **N^oPT_o** = Número ofertado de inserciones adicionales en radio
- **N^oPT** = Número máximo de las ofertas presentadas de inserciones adicionales en radio

La puntuación resultante se redondeará al segundo decimal.

La fórmula aplicada permite seleccionar la oferta más ventajosa aplicando un coeficiente de corrección en función de la cercanía a la oferta más ventajosa. La fórmula evita, por tanto, la dispersión de puntuaciones que origina la aplicación de fórmulas lineales-

► Prensa Digital (mínimo requerido 254.000 inserciones) (3 %)

Obtendrá la máxima puntuación el licitador que ofrezca el mayor número de inserciones adicionales en prensa digital y cero puntos el licitador que no ofrezca ninguna. Las propuestas intermedias tendrán la puntuación que les corresponda de acuerdo con la siguiente fórmula:

$$Puntuación\ Oferta_i = 3 \times \left[1 - \left(\frac{N^{\circ}PT - N^{\circ}PT_o}{N^{\circ}PT} \right) \right]$$

Siendo:

- **Puntuación Oferta_i**: Puntuación asignada a cada oferta.
- **N^oPT_o** = Número ofertado de inserciones adicionales en prensa digital
- **N^oPT** = Número máximo de las ofertas presentadas de inserciones adicionales en prensa digital

La puntuación resultante se redondeará al segundo decimal.

La fórmula aplicada permite seleccionar la oferta más ventajosa aplicando un coeficiente de corrección en función de la cercanía a la oferta más ventajosa. La fórmula evita, por tanto, la dispersión de puntuaciones que origina la aplicación de fórmulas lineales-

CTC2 Empleo de medios de comunicación adicionales a los requeridos (5 %) 5 puntos

► Radio (mínimo requerido 16) (3 %)

Obtendrá la máxima puntuación el licitador que ofrezca el mayor número de canales de radio adicionales y cero puntos el licitador que no ofrezca ninguno. Las propuestas intermedias tendrán la puntuación que les corresponda de acuerdo con la siguiente fórmula:

$$Puntuación\ Oferta_i = 3 \times \left[1 - \left(\frac{N^{\circ}PT - N^{\circ}PT_o}{N^{\circ}PT} \right) \right]$$

Siendo:

- **Puntuación Oferta_i**: Puntuación asignada a cada oferta.
- **N^oPT_o** = Número ofertado de canales de radio adicionales

- **$N^{\circ}PT$** = Número máximo de las ofertas presentadas de canales de radio adicionales

La puntuación resultante se redondeará al segundo decimal

La fórmula aplicada permite seleccionar la oferta más ventajosa aplicando un coeficiente de corrección en función de la cercanía a la oferta más ventajosa. La fórmula evita, por tanto, la dispersión de puntuaciones que origina la aplicación de fórmulas lineales.

► Prensa Digital especializada (mínimo requerido 16) (2 %)

Obtendrá la máxima puntuación el licitador que ofrezca el mayor número de medios de prensa digital adicionales y cero puntos el licitador que no ofrezca ninguno. Las propuestas intermedias tendrán la puntuación que les corresponda de acuerdo con la siguiente fórmula:

$$Puntuación\ Oferta_i = 2 \times \left[1 - \left(\frac{N^{\circ}PT - N^{\circ}PT_o}{N^{\circ}PT} \right) \right]$$

Siendo:

- **$Puntuación\ Oferta_i$** : Puntuación asignada a cada oferta.
- **$N^{\circ}PT_o$** = Número ofertado de medios de prensa digital adicionales
- **$N^{\circ}PT$** = Número máximo de las ofertas presentadas de medios de prensa digital adicionales

La puntuación resultante se redondeará al segundo decimal

La fórmula aplicada permite seleccionar la oferta más ventajosa aplicando un coeficiente de corrección en función de la cercanía a la oferta más ventajosa. La fórmula evita, por tanto, la dispersión de puntuaciones que origina la aplicación de fórmulas lineales.

CTC3 Realización de 3 entrevistas a Enisa en prensa y radio (5 %) 5 puntos

► Radio (3 %)

No ofrece entrevista 0 puntos

Ofrece entrevista 3 puntos

► Prensa Digital (2 %)

No ofrece entrevista 0 puntos

Ofrece entrevista 2 puntos

La fórmula permite otorgar la máxima puntuación a las ofertas que recogen la posibilidad de entrevista en medios, como forma de fomentar la oferta de esa acción que potencia el impacto de la aparición en medios de las Líneas, y ninguna puntuación al licitador que no ofrece dicha acción.

5. CONDICIONES ESPECIALES DE EJECUCIÓN

En el presente procedimiento se establecen las siguientes condiciones especiales de ejecución del contrato:

- a) Con el objeto de eliminar las desigualdades entre el hombre y la mujer, se establece como condición especial de ejecución, sin el carácter de obligación esencial a efectos de lo establecido en el art. 211.f) LCSP, que el contratista cuente con medidas que fomenten la participación de la mujer en el mercado laboral y la conciliación del trabajo y la vida familiar.
- b) Asimismo, se establece como condición especial de ejecución con el carácter de obligación esencial a efectos de lo establecido en el art. 211.f) LCSP que en toda la documentación, publicidad, imagen o material que se genere con motivo de la ejecución del contrato, la empresa o entidad adjudicataria, así como la subcontratista en su caso, empleen un uso no sexista del lenguaje, eviten cualquier imagen discriminatoria de las mujeres o estereotipos sexistas y fomenten una imagen con valores de igualdad, presencia equilibrada, diversidad, corresponsabilidad y pluralidad de roles e identidades de género.

En caso de subcontratación, el contratista queda obligado a exigir a los subcontratistas que participen en la ejecución del contrato el cumplimiento de la mencionada condición especial de ejecución.

6. FINALIDAD DEL TRATAMIENTO DE DATOS PERSONALES

En el presente procedimiento no hay tratamiento de datos personales.

7. UNIDAD ENCARGADA DEL SEGUIMIENTO Y EJECUCIÓN DEL CONTRATO Y PERSONA RESPONSABLE DE LA SUPERVISIÓN DEL CONTRATO

División de Comunicación y Promoción.

La persona responsable de supervisar la ejecución y adoptar las decisiones y dictar las instrucciones necesarias para asegurar la correcta realización de la prestación será Carmen Cuesta Garrido, Directora de la División de Comunicación y Promoción de ENISA.

8. **FECHA DE APROBACIÓN EXPEDIENTE DE CONTRATACIÓN Y APERTURA DE PROCEDIMIENTO DE ADJUDICACIÓN:** a la fecha de la última firma electrónica

Fecha: a la fecha de la última firma electrónica

Datos del firmante:

Consejero Delegado
José Bayón López

Secretaria General
María Teresa Jareño Macías

Firma:

Firma: