

ANEXO AL INFORME DE NECESIDAD E IDONEIDAD

CONTRATO DE SERVICIOS PARA LA GESTIÓN DE LA CREATIVIDAD Y PRODUCCIÓN PUBLICITARIA DE CANAL DE ISABEL II, SOCIEDAD ANÓNIMA, M.P.

EXPEDIENTE N.º: 143/2023

Área: Marca y Gestión de Contenidos
(Subdirección de Comunicación)

1. OBJETO DEL CONTRATO

El presente contrato tiene por objeto la contratación de los servicios de creatividad y el diseño y producción de las campañas de comunicación y divulgación de Canal de Isabel II, Sociedad Anónima, M.P. (en adelante Canal de Isabel II, S.A., M.P.) incluyendo los servicios de adaptación de creatividades publicitarias ya existentes, propiedad de la empresa.

2. JUSTIFICACIÓN DE LOS CRITERIOS DE SOLVENCIA TÉCNICA O PROFESIONAL, Y ECONÓMICA Y FINANCIERA

Los requisitos y criterios de solvencia técnica o profesional, y económica y financiera establecidos en el expediente 143/2023, se han basado en un análisis de las necesidades a cubrir, de forma que el servicio objeto del contrato, se encuentre garantizado en la prestación y en la calidad de éste:

A) Condiciones mínimas de solvencia profesional o técnica:

Se requiere a los licitadores como experiencia mínima en la ejecución de servicios análogos el haber realizado UN (1) servicio análogo al del presente Contrato ("**servicios de diseño y producción de campañas de comunicación**") ejecutado en los **cinco (5) últimos años anteriores** a la fecha de publicación del PCAP.

Con este requisito se pretende conseguir una empresa que disponga de la experiencia y pericia técnica mínima y genérica necesarias en el ámbito del presente contrato, para realizar el presente servicio de la forma más adecuada.

En este caso, la ley establece para servicios un tiempo de 3 últimos años y en el pliego de este contrato se deja mayor margen temporal, 5 años, para que los licitadores tengan experiencia lo que facilita la concurrencia.

B) Requisitos y criterios de solvencia económica y financiera, y técnica o profesional que el licitador podrá integrar en la forma prevista en el artículo 56.3 del RD-LCSE:

1. Requisito de solvencia económica y financiera: La solvencia económica y financiera es proporcional a las actuaciones que se van a realizar durante el periodo de duración del contrato, por tanto, es necesario que los licitadores cuenten con esa solvencia para asegurar la calidad de la ejecución del contrato. En este sentido, se ha establecido una cifra de volumen de negocio en el ámbito objeto del contrato por importe de 550.000,00 euros, lo que supone el 55,22 % del valor estimado. Este porcentaje se encuentra por debajo del valor estimado del contrato (la LCSP establece que no puede superar el 1,5 del valor estimado), con la finalidad de promover una mayor concurrencia de empresas que dispongan de una capacidad económica suficiente que garantice la correcta ejecución del mismo. Los licitadores podrán integrar dicho requisito en la forma prevista en el artículo 56.3 del RD-LCSE.

2. Requisito de solvencia técnico y profesional: Los licitadores podrán integrar el siguiente requisito en

la forma prevista en el artículo 56.3 del RD-LCSE: haber realizado servicios análogos a los del presente contrato ejecutados en los cinco (5) últimos años anteriores a la fecha de publicación del PCAP en el perfil de contratante de Canal de Isabel II, S.A., M.P., con las siguientes unidades mínimas:

- Al menos DOS (2) servicios de diseño y producción de campañas de comunicación, relacionados con la sostenibilidad y el cuidado medioambiental o de carácter social.

Con este requisito se pretende conseguir una empresa que disponga de la experiencia y pericia técnica necesarias para ejecutar el servicio objeto del contrato considerando su complejidad técnica.

En este caso, la ley establece para servicios un tiempo de 3 últimos años y en el pliego de este contrato se deja mayor margen temporal, 5 años, para que los licitadores tengan experiencia lo que facilita la concurrencia.

C) Clasificación empresarial:

También se da la posibilidad a los licitadores de acreditar la solvencia con clasificación empresarial. En concreto, teniendo en cuenta el CPV propuesto en la licitación se ha establecido clasificación empresarial (en base al 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): Grupo: (T) servicios de contenido, el Subgrupo: (1) Servicios publicidad. En base a dicho Real Decreto 1098/2001, de 12 de octubre, la categoría 3, es de aplicación para el grupo T cuando su cuantía sea superior a 300.000 euros e inferior o igual a 600.000 euros. La expresión de la cuantía se efectuará por referencia al valor medio anual si el contrato es de duración superior a un año.

3. JUSTIFICACIÓN DE LOS CRITERIOS DE VALORACIÓN

Teniendo en cuenta el carácter intelectual del servicio objeto del contrato se establece la siguiente ponderación: valoración económica 49 puntos y valoración técnica 51 puntos.

Con relación a la valoración técnica, resulta necesario para Canal de Isabel II, S.A., M.P. incorporar criterios sujetos a un juicio de valor como parte de los criterios de valoración del procedimiento toda vez que el objeto del contrato es la producción de campañas publicitarias, lo que implica que el componente creativo y su valoración es fundamental, de cara a conseguir la eficacia y eficiencia precisas en las acciones de comunicación contempladas.

A continuación, se detallan los criterios establecidos para la valoración de las campañas de publicidad -tanto para las de ahorro y cuidado del agua, como para las de cercanía y servicios al cliente- cuya puntuación se definirá según criterios sujetos a juicios de valor.

En este tipo de campañas en los que el factor creativo es fundamental para la determinación de la calidad y efectividad de la campaña, es imprescindible aplicar juicios de valor y que esto se lleve a

cabo de la forma más coherente, para lo que se identifican como relevantes los siguientes criterios de valoración: originalidad y notoriedad, adecuación y eficiencia, así como las acciones especiales propuestas. Estos son aspectos claves a tener en cuenta para lograr el impacto y efectividad de las distintas campañas.

- Campaña de Cercanía y servicios a clientes (15 puntos):

Originalidad y notoriedad 6 puntos
Adecuación y eficiencia 6 puntos
Acciones especiales 3 puntos

- Campaña de Sensibilización para el ahorro de agua (15 puntos):

Originalidad y notoriedad 6 puntos
Adecuación y eficiencia 6 puntos
Acciones especiales 3 puntos

Debido a la complejidad y relevancia que tiene el desarrollo de campañas publicitarias para su difusión general a toda la Comunidad de Madrid y dada la inversión que conllevan, es necesario valorar de forma cuantificable la experiencia extra de los tres perfiles profesionales clave en la gestión de las campañas como son: el director de cuenta, el director creativo y el redactor de contenidos senior (*copy*) para ejecutar con garantías todas las acciones de comunicación que son objeto de este procedimiento de contratación. En este sentido los criterios cuantificables mediante fórmulas son los siguientes (21 puntos):

- Experiencia extra del director de cuenta en el desarrollo de campañas de servicios a clientes y de concienciación en temas sociales y/o de cuidado del medio ambiente en la gestión de proyectos análogos al objeto del contrato: 7 puntos.
- Experiencia extra del director creativo en el desarrollo de campañas de servicios a clientes y de concienciación en temas sociales y/o de cuidado del medio ambiente en la gestión de proyectos análogos al objeto del contrato: 7 puntos.
- Experiencia extra del redactor de contenidos senior (*copy*) en la gestión de la comunicación de campañas de servicios a clientes y de concienciación en temas sociales y/o de cuidado del medio ambiente en la gestión de proyectos análogos al objeto del contrato: 7 puntos.

4. COMPARATIVA CONTRATO ANTERIOR

- **Contrato anterior:** 273/2019 Gestión de la creatividad y producción publicitaria de Canal de Isabel, S.A.
- **Tipo de procedimiento:** abierto con pluralidad de criterios.
- **N.º de licitadores:** 21.

- Solvencia económica-financiera: Se requirió el mismo importe de volumen de negocios que en el actual procedimiento con la diferencia de que suponía dicho importe el 100 % del valor estimado del contrato y ahora supone el 55,22 % del valor estimado del contrato, como se ha indicado anteriormente.

- Solvencia técnica-profesional: Se requirió a los licitadores experiencia en servicios análogos de al menos dos servicios de diseño y producción de campañas de comunicación por importe igual o superior a 275.000 € IVA excluido, cada uno de ellos o, en su defecto, un servicio de diseño y producción de campañas de comunicación por importe igual o superior a 550.000 € IVA excluido. Para el nuevo procedimiento de licitación se eliminan los importes toda vez que ya se está requiriendo solvencia económica.

-Criterios de valoración: se establecieron los mismos criterios de valoración que en el presente procedimiento de licitación.

Firmado electronicamente por: RAQUEL ARRIBAS
LORENZO
En la fecha y hora 13.09.2023 13:34:11 CEST

Jefa del Área de Marca y Gestión de Contenidos