

**PROCEDIMIENTO ABIERTO CON PLURALIDAD DE  
CRITERIOS PARA LA GESTIÓN DE LA CREATIVIDAD Y  
PRODUCCIÓN PUBLICITARIA DE CANAL DE ISABEL II,  
SOCIEDAD ANÓNIMA, M.P.**

**INFORME DE VALORACIÓN**

**CONTRATO N.º 143/2023**

**Área:** Marca y Gestión de Contenidos  
Subdirección de Comunicación

## ÍNDICE

**1. OBJETO DEL CONTRATO**

**2. OFERTAS PRESENTADAS**

**3. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS Y SUBCONTRATACIÓN**

**4. CRITERIOS DE VALORACIÓN DE OFERTAS Y PUNTUACIÓN DE LOS CRITERIOS CUANTIFICABLES MEDIANTE LA MERA APLICACIÓN DE FÓRMULAS**

**5. CLASIFICACIÓN DE LAS OFERTAS EN FUNCIÓN DE LOS CRITERIOS DE VALORACIÓN**

## 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) incluyendo los servicios de adaptación de creatividades publicitarias ya existentes, propiedad de la empresa.

## 2. OFERTAS PRESENTADAS

A continuación, se relacionan los licitadores cuyas ofertas han sido admitidas en el presente procedimiento de licitación:

LICITADOR
DARWIN PUBLICIDAD, S.L.
KINES PRODUCCIONES, S.L.
RODRIGO Y ASOCIADOS PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN, S.A.

## 3. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS Y SUBCONTRATACIÓN

**Especificaciones técnicas:** No aplica

**Subcontratación:** De conformidad con lo indicado en Informe de fecha 08 de enero de 2024, los licitadores no tienen prevista la subcontratación

## 4. CRITERIOS DE VALORACIÓN DE LAS OFERTAS

### 4.1. Puntuación valoración económica (máximo 49 puntos)

La puntuación de la oferta económica de conformidad con la fórmula establecida en el apartado 8 A) 1 del Anexo I al PCAP es la siguiente:

Licitador	Oferta sin IVA	Puntuación de la oferta económica
DARWIN PUBLICIDAD, S.L.	531.680,00 €	38,69
KINES PRODUCCIONES, S.L.	419.844,40 €	49,00
RODRIGO Y ASOCIADOS PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN, S.A.	464.080,12 €*	44,33

Habiendo procedido al análisis de las ofertas económicas de las empresas licitadoras, se ha advertido un error en la oferta económica presentada por **RODRIGO Y ASOCIADOS PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN, S.A.**

A este respecto, se ha procedido a efectuar el recálculo de la oferta, a fin de rectificar el error advertido por el que el importe total reflejado, no se corresponde con el resultado de multiplicar el importe unitario ofertado para los conceptos de FEE MENSUAL y para la ILUSTRACIÓN ARTÍSTICA O TÉCNICA O INFOGRAFÍA, por el n.º de unidades requeridas, lo que determina que la oferta sin IVA es de **464.080,12 euros** en lugar de 464.080,19 euros.

Del mismo modo, se ha detectado que la empresa **KINES PRODUCCIONES, S.L.** se encontraba en presunción de **baja anormal**, para lo cual se solicitó justificación de la misma en fecha 06 de febrero de 2024.

En las aclaraciones recibidas, KINES PRODUCCIONES, S.L. argumentó de forma clara los siguientes aspectos:

- *“Personal Polivalente en plantilla. La experiencia de nuestra plantilla, polivalencia y trabajo en equipo nos permiten una importante reducción en los costes*
- *La mayor parte del material de la licitación es propio. Contamos con el 100% de los elementos profesionales para llevar a cabo la producción de la licitación, con material ya comprado y amortizado.*
- *Contamos con librerías musicales y bancos de imágenes con tarifa plana, ya amortizadas con los demás clientes. Aún así, se han tenido en cuenta en los presupuestos, pero con el bajo coste que suponen su amortización entre tantos clientes.*
- *La tipología del trabajo es totalmente afín con la estructura de nuestra empresa. Además, debido al margen de tiempo en las entregas de alguno de los trabajos, hace que sea muy beneficioso para la empresa en cuanto a la organización y por tanto su reducción de costes sin merma de calidad. El trabajo es aprovechable dado que el principal grupo de trabajo se puede agrupar.*
- *Precios de mercado. Teniendo en cuenta las variaciones mundiales de la economía, podemos sacar conclusiones en cuanto a que los precios de las producciones audiovisuales se han visto reducidos fundamentalmente por la bajada del volumen de trabajo, y por tanto por la oferta y la demanda. Esto ha hecho que la oferta que nos ocupa tenga un margen suficiente de beneficios y actualmente esté en precios por encima del mercado. Otro de los motivos ha sido la digitalización y la consiguiente reducción del equipamiento profesional, donde se han producido unos costes más bajos con equipos mucho más competitivos.”*

Sin embargo, al observar el detalle presentado de la oferta para el concepto de FEE MENSUAL se advirtió que no estaban contemplados todos los perfiles profesionales solicitados y que tampoco quedaba reflejada la partida de derechos de propiedad intelectual, por lo que se solicitaron aclaraciones a estos dos aspectos con fecha 12 de marzo de 2024.

Revisadas las consideraciones y argumentos aportados, QUEDA CLARO que KINES PRODUCCIONES, S.L. destinará todos los perfiles solicitados para el desarrollo de los trabajos contemplados en el concepto de FEE de agencia basándose en la polivalencia de los mismos y ofertando más del doble de horas anuales de las solicitadas para dichos trabajos. En concreto, indica que:

- *“Director de arte. Estas funciones serán asumidas por el redactor senior, quien a lo largo de sus más de 25 años de experiencia en el sector de la publicidad, ha participado en la creatividad de numerosas campañas como redactor senior y desde hace más de 12 años lo ha hecho además como director de arte.*

- *Diseñador gráfico. Estas funciones serán asumidas por el ejecutivo senior. Éste profesional es licenciado en Bellas Artes y además posee un máster en diseño. Además, desde el inicio de su carrera profesional, hace unos ocho años, ha combinado las funciones de diseño gráfico con las de ejecutivo senior.*
- *Editor de contenidos audiovisuales. Estas funciones serán asumidas por el director creativo, quien es licenciado en Ciencias de la Información y lleva más de 20 años desarrollando funciones de edición de contenidos audiovisuales.*
- *Gestor de redes sociales. Estas funciones serán asumidas por el creativo senior. Dicho profesional de más de 20 años de experiencia en medios de comunicación e implicado en la planificación y ejecución de campañas de marketing, es Master en Periodismo y comunicación digital por la Universitat Oberta de Catalunya y posee formación de Community Management y marketing digital por la Fundación UNED y Competencias tecnológicas para Community Managers por la UNED.*

Del mismo modo, en lo que afecta a los derechos de propiedad intelectual, KINES PRODUCCIONES, S.L. argumenta y garantiza que *“de acuerdo a lo prescrito en la cláusula 33 del PCAP cederá todos los derechos de propiedad industrial e intelectual al Canal de Isabel II”* y detalla lo que sigue para argumentar su baja anormal a este respecto:

*“Kines Producciones tiene suscripciones ilimitadas a los bancos de imágenes Motion Array y Envato y a la página de música de librería Audio Network, por lo que no incurrirá en gastos específicos de propiedad intelectual por esos conceptos, si bien, se repercuten en los presupuestos de campaña y vídeo por importes simbólicos.*

*Por otra parte, en lo relativo a derechos de autor de obras audiovisuales, de acuerdo a lo estipulado en el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, el artículo 88 cita que por el contrato de producción de la obra audiovisual se presumirán cedidos (los derechos) en exclusiva al productor. Del mismo modo, el artículo 90.6 del citado precepto legal, que los derechos establecidos en ese mismo artículo no serán de aplicación a los autores de obras audiovisuales de carácter publicitario*

*Así mismo, el artículo 51 de la reiterada Ley, indica que la transmisión al empresario de los derechos de explotación de la obra creada en virtud de la relación laboral se regirá por lo pactado en el contrato. Lógicamente Kines Producciones, tiene contemplado este punto de cara a los derechos de autor que pudieran dimanarse de este contrato.”*

Por tanto, habida cuenta de que la baja anormal queda más que suficientemente justificada, se tiene en cuenta la oferta presentada por KINES PRODUCCIONES, S.L.

#### **4.2. Puntuación de los criterios técnicos cuantificables mediante la mera aplicación de fórmulas (máximo 21 puntos)**

- 4.2.1. Puntuación valoración de la experiencia extra del director de cuenta propuesto por el licitador en el desarrollo de campañas de servicios a clientes y de concienciación en temas sociales y/o de medio ambiente en la gestión de proyectos análogos al objeto del contrato que exceda el mínimo requerido en el apartado 5.3.1 del Anexo I del presente pliego (máximo 7 puntos):**

De conformidad con lo indicado en el Anexo I del PCAP apartado 8 A) 2.1, se valorará la experiencia extra del director de cuenta con dedicación a los servicios propuesto por el licitador que exceda la experiencia mínima requerida para dicho perfil en el apartado 5.3.1 del Anexo I. En este sentido, el director de cuenta ofertado a efectos de valoración en este apartado será el mismo propuesto por el licitador para cumplir con los requisitos previstos en el apartado 5.3.1 del Anexo I para dicho perfil. Por tanto, dicho perfil deberá cumplir con todos los requisitos previstos en el apartado 5.3.1 del Anexo I para el mismo.

La puntuación de la experiencia 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 de conformidad con la fórmula establecida en el apartado 8 A) 2.1 del Anexo I al PCAP es la siguiente:

Licitador	Puntuación primer criterio cuantificable del apartado 8 A) 2.2.1 del Anexo I del PCAP
DARWIN PUBLICIDAD, S.L.	2,33
KINES PRODUCCIONES, S.L.	7,00
RODRIGO Y ASOCIADOS PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN, S.A.	4,38

**4.2.2. Puntuación valor de la experiencia extra del director creativo propuesto por el licitador en el desarrollo de campañas de servicios a clientes y de concienciación en temas sociales y/o de medio ambiente en la gestión de proyectos análogos al objeto del contrato que exceda el mínimo requerido en el apartado 5.3.1 del Anexo I del presente pliego (máximo 7 puntos):**

De conformidad con lo indicado en el Anexo I del PCAP apartado 8 A) 2.2, se valorará la experiencia extra del director creativo con dedicación a los servicios propuesto por el licitador que exceda la experiencia mínima requerida para dicho perfil en el apartado 5.3.1 del Anexo I. En este sentido, el director creativo ofertado a efectos de valoración en este apartado será el mismo propuesto por el licitador para cumplir con los requisitos previstos en el apartado 5.3.1 del Anexo I para dicho perfil. Por tanto, dicho perfil deberá cumplir con todos los requisitos previstos en el apartado 5.3.1 del Anexo I para el mismo.

La puntuación de la experiencia 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 de conformidad con la fórmula establecida en el apartado 8 A) 2.2 del Anexo I al PCAP es la siguiente:

Licitador	Puntuación segundo criterio cuantificable del apartado 8 A) 2 2.2 del Anexo I del PCAP
DARWIN PUBLICIDAD, S.L.	3,73
KINES PRODUCCIONES, S.L.	7,00
RODRIGO Y ASOCIADOS PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN, S.A.	7,00

**4.2.3. Puntuación valor de la experiencia extra del redactor senior (*copy*) propuesto por el licitador en el desarrollo de campañas de servicios a clientes y de concienciación en temas sociales y/o de medio ambiente en la gestión de proyectos análogos al objeto del contrato que exceda el mínimo requerido en el apartado 5.3.1 del Anexo I del presente pliego (máximo 7 puntos):**

De conformidad con lo indicado en el Anexo I del PCAP apartado 8 A) 2.3, se valorará la experiencia extra del redactor senior (*copy*) con dedicación a los servicios propuesto por el licitador que exceda la experiencia mínima requerida para dicho perfil en el apartado 5.3.1 del Anexo I. En este sentido, el redactor senior (*copy*) ofertado a efectos de valoración en este apartado será el mismo propuesto por el licitador para cumplir con los requisitos previstos en el apartado 5.3.1 del Anexo I para dicho perfil. Por tanto, dicho perfil deberá cumplir con todos los requisitos previstos en el apartado 5.3.1 del Anexo I para el mismo.

La puntuación de la experiencia del redactor senior 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 de conformidad con la fórmula establecida en el apartado 8 A) 2.3 del Anexo I al PCAP es la siguiente:

Licitador	Puntuación tercer criterio cuantificable del apartado 8 A) 2.2.3 del Anexo I del PCAP
DARWIN PUBLICIDAD, S.L.	1,87
KINES PRODUCCIONES, S.L.	6,53
RODRIGO Y ASOCIADOS PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN, S.A.	7,00

Se ha detectado que existe una incoherencia en la oferta presentada para este criterio por la empresa **DARWIN PUBLICIDAD, S.L.** pues presentan una **experiencia extra para el redactor de contenidos** de 52 meses, lo que equivaldría a 4 años y 3 meses, por tanto, 4 años en lugar de los 5 que reflejan en la tabla total, quedando la puntuación de este tercer criterio cuantificable para los tres licitadores del modo que se refleja en la tabla superior a este párrafo.

En la tabla que figura bajo estas líneas, podemos ver el detalle de los años de experiencia extra para cada uno de los perfiles indicados y la puntuación correspondiente para cada uno de los tres licitadores, tal como se ha mostrado en las tablas referidas en este informe para cada uno de los criterios técnicos cuantificables mediante la mera aplicación de fórmulas.

	Valoración criterios técnicos cuantificables						Total criterios técnicos	Criterios sujetos a juicio de valor	TOTAL
	Director de cuenta		Director Creativo		Redactor de contenidos				
DARWIN PUBLICIDAD, S.L.	8	2,33	8	3,73	4	1,87	7,93	9,00	55,62
KINES PRODUCCIONES S.L.	24	7,00	15	7,00	14	6,53	20,53	20,25	89,78
RODRIGO Y ASOCIADOS PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN, S.A.	15	4,38	15	7,00	15	7,00	18,38	7,50	70,21



#### 4.3. Puntuación de la valoración de los criterios sujetos a un juicio de valor del apartado 8 B) del Anexo I del PCAP (máximo 30 puntos):

De conformidad con lo indicado en el apartado 8 del Anexo I del PCAP, para los criterios que han de servir de base para la adjudicación del contrato en el apartado 8 B) del Anexo I del PCAP esta valoración se establece en función de:

##### B1) Campaña de Cercanía y servicios a clientes (15 puntos):

B1) 1. Originalidad y notoriedad..... 6 puntos

Se valorará que la línea de campaña propuesta transmita el objetivo de esta –servicios que la compañía presta a sus clientes- de una manera cercana y emocional. Así mismo, que sea innovadora y que tenga capacidad de diferenciarse de otras campañas similares –que sea original-, que sorprenda y tenga notoriedad en sus mensajes –que impacte- y que estos estén perfectamente adecuados al *target* propuesto. El reparto de la puntuación en este apartado será el siguiente:

- La originalidad del mensaje se valorará de 0 a 3 puntos.
- Que el mensaje sea impactante y adecuado al *target* se valorará de 0 a 3 puntos.

B1) 2. Adecuación y eficiencia ..... 6 puntos

Se valorará la adaptación y traslación de la idea y estrategia de campaña al diseño de las diferentes piezas, con la utilización de un lenguaje claro –adecuación-. Asimismo, se valorará que la propuesta creativa cumpla con los objetivos propuestos en la campaña –eficiencia-. El reparto de puntuación de este apartado será el siguiente:

- La adecuación a los formatos online se valorará de 0 a 3 puntos.
- La adecuación a los formatos offline se valorará de 0 a 3 puntos.

B1) 3. Acciones especiales ..... 3 puntos

Se valorará su idoneidad de cara a reforzar los objetivos de la campaña, su originalidad y su adecuación al *target* de campaña de 0 a 3 puntos.

##### B2) Campaña de Sensibilización para el ahorro de agua (15 puntos):

B2) 1. Originalidad y notoriedad ..... 6 puntos

Se valorará que la línea de campaña propuesta transmita el objetivo de esta –la importancia de adquirir buenos hábitos de consumo de agua y su repercusión en el cuidado del medio ambiente- de una manera cercana y emocional. Así mismo, que sea innovadora y que tenga capacidad de diferenciarse de otras campañas similares –que sea original-, que sorprenda y tenga notoriedad en sus mensajes –que impacte- y que estos estén perfectamente adecuados al *target* propuesto. El reparto de la puntuación en este apartado será el siguiente:

- La originalidad del mensaje se valorará de 0 a 3 puntos.

- Que el mensaje sea impactante y adecuado al *target* se valorará de 0 a 3 puntos.

B2) 2. Adecuación y eficiencia ..... 6 puntos

Se valorará la adaptación y traslación de la idea y estrategia de campaña al diseño de las diferentes piezas, con la utilización de un lenguaje claro –adecuación-. Asimismo, se valorará que la propuesta creativa cumpla con los objetivos propuestos en la campaña –eficiencia-. El reparto de puntuación de este apartado será el siguiente:

- La adecuación a los formatos online se valorará de 0 a 3 puntos.
- La adecuación a los formatos offline se valorará de 0 a 3 puntos.

B2) 3. Acciones especiales ..... 3 puntos

Se valorará su idoneidad de cara a reforzar los objetivos de la campaña, su originalidad y su adecuación al *target* de campaña de 0 a 3 puntos.

Para valorar la oferta del licitador se utilizará el siguiente baremo de puntuación:

- **EXCELENTE** (100 % puntuación máxima): máximo nivel de detalle y adecuación.
- **BUENO** (75 % puntuación máxima): buen nivel de detalle y adecuación.
- **SUFICIENTE** (50 % puntuación máxima): nivel suficiente de detalle y adecuación.
- **ESCASO** (25 % puntuación máxima): nivel escaso de detalle y adecuación.
- **NO RELEVANTE** (0 % puntuación máxima): si la información aportada no está detallada y/o no es adecuada.

La mera transcripción de los trabajos y condiciones previstas en el Pliego de Prescripciones Técnicas será calificada como **NO RELEVANTE**.

La puntuación de los criterios sujetos a un juicio de valor de conformidad al apartado 8 B) del Anexo I del PCAP y en base a la valoración efectuada en el informe de fecha 08 de enero de 2024 es la siguiente:

Licitador	Puntuación criterio cuantificable del apartado 8 B) del Anexo I del PCAP
DARWIN PUBLICIDAD, S.L.	9,00
KINES PRODUCCIONES, S.L.	20,25
RODRIGO Y ASOCIADOS PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN, S.A.	7,50

## 5. CLASIFICACIÓN DE LAS OFERTAS EN FUNCIÓN DE LOS CRITERIOS DE VALORACIÓN

N.º ORDEN	LICITADOR	PUNTUACIÓN ECONOMICA	PUNTUACIÓN PRIMER CRITERIO CUANTIFICABLE DEL APARTADO 8 A) 2 DEL ANEXO I DEL PCAP (DIRECTOR DE CUENTA)	PUNTUACIÓN SE- GUNDO CRITERIO CUANTIFICABLE DEL APARTADO 8 A) 2 DEL ANEXO I DEL PCAP (DIRECTOR CREATIVO)	PUNTUACIÓN TERCER CRITERIO CUANTIFICABLE DEL APARTADO 8 A) 2 DEL ANEXO I DEL PCAP (REDACTOR DE CONTENIDOS)	PUNTUACIÓN CRITERIO CUANTIFICA- BLE DEL APAR- TADO 8 B DEL ANEXO I DEL PCAP (CAMPAÑAS)	TOTAL
1	KINES PRODUCCIONES, S.L.	49,00	7,00	7,00	6,53	20,25	89,78
2	RODRIGO Y ASOCIADOS PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN, S.A.	44,33	4,38	7,00	7,00	7,50	70,21
3	DARWIN PUBLICIDAD S.L.	38,69	2,33	3,73	1,87	9,00	55,62

POR TANTO, SE PROPONE COMO ADJUDICATARIO DE LA PRESENTE LICITACIÓN A:  
KINES PRODUCCIONES, S.L. CON 89,78 PUNTOS.

Firmado electronicamente por: RAQUEL ARRIBAS  
LORENZO  
En la fecha y hora 15.04.2024 12:46:16 CEST