

Madrid, 09 de agosto de 2024.

**Exclusiones en la fase de valoración técnica correspondientes a la licitación, por procedimiento abierto, de un SERVICIO PROFESIONAL DE UNA CENTRAL DE MEDIOS DE PUBLICIDAD PARA LA DIFUSIÓN DE LAS CAMPAÑAS DE METRO DE MADRID (Licitación 6012400216).**

**Metro de Madrid S.A., una vez realizada la valoración técnica de las ofertas presentadas a esta licitación, ha acordado la siguiente exclusión por los motivos que se indican a continuación:**

En el apartado 27. “Evaluación de las ofertas - Oferta Técnica” del cuadro resumen del Pliego de Condiciones Particulares (en adelante PCP), se indica lo siguiente:

“Criterios cualitativos evaluables mediante juicios de valor:

**a) Plan estratégico..... 30 puntos**

- I. Estrategia y desarrollo de la comunicación, así como la investigación realizada del mercado publicitario.** La estrategia presentada debe estar justificada y apoyada en una investigación. Se valorarán las fuentes, tanto internas como externas, del mercado publicitario que sean utilizadas en el proceso de desarrollo de la estrategia para apoyar y justificar la concreción de la misma.
- II. Target propuesto.** Será necesario para la valoración presentar el target propuesto apoyado en una investigación previa que lo determine. Además, se valorará también el análisis realizado sobre los subtarget que el licitador identifique y las fuentes, tanto internas como externas, del mercado publicitario utilizadas para su análisis. El análisis e investigación debe arrojar una información clara y determinante de cómo el target consume y se relaciona con los distintos medios publicitarios.
- III. Selección de medios y soportes,** así como su idoneidad para difusión y comunicación. Se valorarán los distintos soportes utilizados según la idoneidad, formato, niveles de audiencia, notoriedad, cobertura y eficacia. Se deberá argumentar la distribución presupuestaria entre cada medio y soporte, así como justificar las acciones publicitarias y acciones especiales, si se propusieran, y como favorecen a la consecución de los objetivos de medios (cobertura, audiencia, notoriedad, frecuencia)

La puntuación máxima de cada apartado se distribuirá del siguiente modo:

- 10 puntos: Si el planteamiento es coherente, completo y nivel de detalle alto.
  - 5 puntos: Si el planteamiento es coherente, completo y nivel de detalle medio.
  - 3 puntos: Si el planteamiento es coherente, completo y nivel de detalle bajo.
  - 0 puntos: Si el planteamiento es incoherente o incompleto.
- Coherente: El planteamiento se corresponde con el briefing del ejercicio práctico
  - Completo: Se describen todas las fases del plan estratégico en cada uno de los subapartados
  - Detalle alto: Se describe de manera pormenorizada y argumentada todas las fases del plan estratégico en cada uno de los subapartados
  - Detalle medio: Se describen ligeramente todas las fases del plan estratégico en cada uno de los subapartados.
  - Detalle bajo: Se enumeran las fases del plan estratégico, pero no se describen ni argumentan.
  - Incoherente: El planteamiento no tiene relación con el ejercicio práctico
  - Incompleta: No se incluyen todos los elementos ni fases del proceso del plan estratégico.

.....

**“¿Existe umbral de suficiencia de ofertas técnicas? Sí**

Las ofertas técnicas que igualen o superen ( $\geq$ ) los 15 puntos serán calificadas como aptas o técnicamente aceptables”.

En la condición 8.3. “Apertura y valoración de la documentación de la carpeta Nº2” del PCP, se indica lo siguiente:

“En el caso de que solo se hubiesen previsto en el apartado 27 del cuadro resumen criterios cualitativos evaluables mediante juicios de valor y ningún criterio cualitativo evaluable de forma automática por aplicación de fórmulas, serán excluidas del procedimiento de adjudicación las ofertas técnicas que hayan obtenido una puntuación inferior al límite de suficiencia técnica establecido en el apartado 27 del cuadro resumen del PCP”.

#### IKI MEDIA SOLUTIONS S.L.

A continuación vamos a exponer los motivos de exclusión:

El resultado de la evaluación de la oferta técnica presentada por la empresa HIBERUS IT DEVELOPMENT SERVICES, S.L.U., de conformidad con los criterios establecidos en el apartado 27. “Evaluación de las ofertas - Oferta Técnica” del cuadro resumen del PCP, se resume en la siguiente tabla:

CRITERIOS EVALUABLES	PUNTUACIÓN MÁXIMA	PUNTOS OFERTA
Criterios cualitativos evaluables mediante juicios de valor:		
PLAN ESTRATÉGICO (Puntuación máxima: 30 puntos)		
I. Estrategia y desarrollo de la comunicación, así como la investigación realizada del mercado publicitario	10	3
II. Target propuesto	10	5
III. Selección de medios y soportes	10	5
<b>PUNTUACIÓN TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>13</b>

Detalle de la evaluación (criterios cualitativos evaluables mediante juicios de valor):

I **Estrategia y desarrollo de la comunicación, así como la investigación realizada del mercado publicitario (Máximo 10 puntos)**

El **planteamiento** de IKI MEDIA SOLUTIONS SL es **coherente** ya que estructura su planteamiento estratégico sobre los ejes de los objetivos de comunicación y de marketing, y mediante un análisis de las opciones de movilidad en la Comunidad de Madrid, una identificación de los targets y finalmente una relación de medios y soportes basados en las conclusiones obtenidas en los dos puntos anteriores. Por tanto, el planteamiento se corresponde con el briefing del ejercicio práctico.

**Es completo**, ya que a través de una metodología propia analiza tanto el contexto como la toma de decisiones para cada uno de los targets que identifica como necesarios para rentabilizar las acciones de comunicación propuestas posteriormente. Según la oferta técnica, por tanto, se describen todas las fases del plan estratégico en cada uno de los subapartados.

El **nivel de detalle es bajo**, ya que el planteamiento estratégico no está lo suficientemente desarrollado, teniendo así mismo poca relación con los criterios de selección de targets y con la selección de medios y soportes. Hubiera sido necesario realizar una investigación de mercado con más detalle y desarrollo tanto de usuarios como del uso de los soportes y medios que realizan. Se enumeran las fases del plan estratégico, pero no se describen ni argumentan.

Al tratarse de un **planteamiento coherente, completo y con nivel de detalle bajo** obtiene **3 puntos**.

I **Target propuesto (Máximo 10 puntos)**

El **planteamiento** de IKI MEDIA SOLUTIONS SL es **coherente** porque define los que considera targets más adecuados a impactar para la consecución de los objetivos del briefing propuesto en el pliego.

**Es completo**, ya que cada target está definido con sus características y sus relaciones tanto con la movilidad como su relación con los medios y soportes publicitarios que se propondrán a continuación. Según la oferta técnica, por tanto, se describen todas las fases del plan estratégico en cada uno de los subapartados.

**El nivel de detalle es medio** porque la investigación que se realiza como base para luego justificar esos targets y esas características es muy básica y no contiene profundidad ni desarrollo ni están indicadas las fuentes propias o públicas en las que se sustenta. Se describen ligeramente todas las fases del plan estratégico en cada uno de los subapartados.

Al tratarse de un **planteamiento coherente, completo y con nivel de detalle medio** obtiene **5 puntos**.

#### **I Selección de medios y soportes (Máximo 10 puntos)**

**El planteamiento** de IKI MEDIA SOLUTIONS SL es **coherente** porque define las diferentes tareas, fechas y ámbito de la ejecución de la campaña, orientándola a la consecución de los objetivos. Por tanto, el planteamiento se corresponde con el briefing del ejercicio práctico.

**Es completo**, ya que cada una de las tareas mencionadas se desarrollan con detalle, y además se incluye toda la información relevante en lo referente metodología de trabajo, propuesta de trabajos, valores de la compañía y gestión y medición de resultados. Según la oferta técnica, por tanto, se describen todas las fases del plan estratégico en cada uno de los subapartados.

**El nivel de detalle es medio** porque los soportes y medios propuestos guardan relación con los targets propuestos, pero no se entra en profundidad en la relación entre esos soportes y los targets y en la integración de estos en el plan estratégico en conjunto. Se describen ligeramente todas las fases del plan estratégico en cada uno de los subapartados.

Al tratarse de un **planteamiento coherente, completo y con nivel de detalle medio** obtiene **5 puntos**.

De la suma de la puntuación obtenida en cada criterio evaluable, según lo expuesto con anterioridad, la oferta técnica de la empresa **IKI MEDIA SOLUTIONS, S.L. obtiene 13 puntos**, no alcanzando los 15 puntos exigidos como umbral de suficiencia técnica para ser calificada como apta o técnicamente aceptable.

En consecuencia, de conformidad con lo previsto en los apartados 25. “Oferta técnica” y 27. “Evaluación de las ofertas - Oferta Técnica” del cuadro resumen del PCP y la condición 8.3. “Apertura y valoración de la documentación de la carpeta Nº2” del PCP, la oferta presentada por la empresa **IKI MEDIA SOLUTIONS, S.L.** queda **excluida** de esta licitación.

**Conforme a los artículos 119 y siguientes del Libro I del Real Decreto-ley 3/2020, de 4 de febrero, de medidas urgentes por el que se incorporan al ordenamiento jurídico español diversas directivas de la Unión Europea en el ámbito de la contratación pública en determinados sectores; de seguros privados; de planes y fondos de pensiones; del ámbito tributario y de litigios fiscales, el licitador podrá formular reclamación ante el Tribunal Administrativo de Contratación Pública de la Comunidad de Madrid en el plazo recogido en los mencionados artículos del RDL 3/2020 por la remisión que hacen en cuanto al régimen jurídico de la reclamación a 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..**