



FUNDACIÓN CANAL  
Canal de Isabel II

## MEMORIA JUSTIFICATIVA

CONTRATO DE SERVICIOS AUDIOVISUALES PROFESIONALES  
PARA LA PREPRODUCCIÓN, PRODUCCIÓN Y POSTPRODUCCIÓN  
DE VÍDEOS CORTOS PARA LA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE  
ACTIVIDADES DE LA FUNDACIÓN CANAL

Expediente 07/2024

LICITACIÓN MEDIANTE PROCEDIMIENTO ABIERTO NO SUJETO  
A REGULACIÓN ARMONIZADA CON PLURALIDAD DE CRITERIOS.

TRAMITACIÓN ORDINARIA



## ÍNDICE

1.	LA FUNDACIÓN CANAL DE ISABEL II Y SUS FINES INSTITUCIONALES. ....	3
2.	OBJETO DEL CONTRATO.....	4
3.	JUSTIFICACIÓN DEL CONTRATO E INSUFICIENCIA DE MEDIOS .....	4
4.	DISPONIBILIDAD PRESUPUESTARIA PARA ESTE CONTRATO .....	4
5.	JUSTIFICACIÓN DEL TIPO DE CONTRATO Y DEL PROCEDIMIENTO DE ADJUDICACIÓN ELEGIDO PARA SU TRAMITACIÓN.....	6
6.	DIVISIÓN EN LOTES.....	6
7.	JUSTIFICACIÓN DE CRITERIOS DE SOLVENCIA Y DE CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN.....	7
8.	CONDICIONES ESPECIALES DE EJECUCIÓN .....	17



## 1. LA FUNDACIÓN CANAL DE ISABEL II Y SUS FINES INSTITUCIONALES.

La Fundación Canal de Isabel II es una fundación privada de iniciativa pública que se rige por el derecho privado y que, dotada de personalidad jurídica propia, tiene plena autonomía funcional y material.

Según sus Estatutos<sup>1</sup>, la Fundación Canal de Isabel II se constituye para atender los fines de interés general que a continuación se enuncian:

- i. Fomentar la acción divulgativa, artística y cultural en relación con el ciclo integral de agua bajo un enfoque de conservación, valoración y protección del recurso, así como del medio ambiente en sentido amplio.
- ii. Promover el conocimiento a través de acciones divulgativas, artísticas, culturales o de cualquier otra índole de interés general, de acuerdo con las áreas de interés tanto del Canal de Isabel II, como de la Comunidad de Madrid.
- iii. Ayudar a la sensibilización básica, profesional, universitaria y de postgrado orientada a la apreciación y al uso más eficiente del recurso hídrico, como exigencia básica del desarrollo sostenible.
- iv. Impulsar la concertación de los agentes políticos, cívicos y sociales, como vía más eficaz para alcanzar un compromiso entre la prosperidad económica, la calidad de vida de la población y la defensa del medio ambiente.
- v. Potenciar la relación que tradicionalmente ha mantenido el Canal de Isabel II con instituciones públicas y privadas relacionadas con el agua, y servir de foro de intercambio de conocimientos y de experiencias innovadoras, así como punto de referencia en todo lo relacionado con el agua, y sus diferentes vertientes.

En relación con los puntos anteriores es de señalar que las actividades divulgativas y educativas son uno de los vehículos de reconocimiento de la Fundación Canal. Su oferta se caracteriza por ofrecer contenidos de calidad, presentándolos de forma cuidada, atractiva y accesible. Su programación abarca múltiples disciplinas, incluyendo arte y cultura, innovación ambiental y sostenibilidad.

La Fundación responde a la identidad de su empresa matriz, el Canal de Isabel II, con ciento setenta años de historia impulsando -por medio del agua- el desarrollo y la transformación integral de la capital y la región. El Canal de Isabel II es actualmente responsable del sistema de abastecimiento, tratamiento, distribución y saneamiento del agua -el llamado ciclo integral- en la Comunidad de Madrid. Su experiencia, el esfuerzo inversor y el uso de la más moderna tecnología la convierten en empresa líder en su sector a escala nacional e internacional.

---

<sup>1</sup> [http://www.fundacioncanal.com/wp-content/themes/isabelii/fotos/ESTATUTOS\\_FCanal.pdf](http://www.fundacioncanal.com/wp-content/themes/isabelii/fotos/ESTATUTOS_FCanal.pdf)



## 2. OBJETO DEL CONTRATO

Constituye el objeto del contrato la adjudicación de los servicios audiovisuales profesionales conforme a las necesidades de la Fundación, consistentes en la creación (incluyendo en tal concepto la preproducción, producción y postproducción) de vídeos cortos y de duración media sobre determinadas actividades de la Fundación con el fin de promocionarlas y fomentar la participación del público: concibiendo las piezas resultantes para su difusión a través de los diferentes canales y soportes de comunicación que utiliza la Fundación, en particular, la web principal de la Fundación ([www.fundacioncanal.com](http://www.fundacioncanal.com)) y sus webs asociadas, los boletines en formato electrónico, la memoria anual de actividades, sus redes sociales y las pantallas ubicadas en sus instalaciones o en las instalaciones de entidades asociadas.

## 3. JUSTIFICACIÓN DEL CONTRATO E INSUFICIENCIA DE MEDIOS

Para dar a conocer la actividad de la Fundación es necesario contar con diferentes recursos y herramientas de comunicación, como materiales gráficos y audiovisuales de calidad (vídeos).

La Fundación utiliza diferentes canales y soportes para difundir sus actividades, como la web principal de la Fundación ([www.fundacioncanal.com](http://www.fundacioncanal.com)) y sus webs asociadas, los boletines en formato electrónico, la memoria anual de actividades, sus redes sociales, las pantallas ubicadas en sus instalaciones o en las instalaciones de entidades asociadas, etc.; canales que se nutren y tienen su razón de ser, fundamentalmente, en el uso de recursos audiovisuales.

Resulta imprescindible disponer de recursos audiovisuales que nutran los diferentes canales y soportes que la Fundación utiliza para dar a conocer su actividad, y que son los que en la actualidad utiliza el público en general; y que tales recursos sean creativos - a fin de llamar la atención del público- y de calidad -para contribuir a reforzar el posicionamiento de la Fundación y de sus actividades-.

Por lo tanto, y según la realidad descrita, se requiere contratar los servicios detallados.

Ya que la Fundación no cuenta ni con los materiales ni con medios para llevar a cabo el servicio requerido, así como tampoco con personal especializado, se hace necesaria la contratación del servicio correspondiente con empresas externas.

## 4. DISPONIBILIDAD PRESUPUESTARIA PARA ESTE CONTRATO

El presupuesto base de licitación para esta contratación asciende a Treinta y cinco mil euros (35.000,00 €), IVA no incluido. Tal gasto, se imputará a la partida presupuestaria 342 de Comunicación y Marketing.

El presupuesto base de licitación indicado responde al siguiente desglose:



Importe base presupuesto de licitación: ..... 29.411,76 €  
Costes indirectos (13%): ..... 3.823,53 €  
Beneficio industrial (6%): ..... 1.761,71 €  
Importe total presupuesto de licitación: ..... 35.000,00 €

Dicha cantidad es un presupuesto máximo que se ha calculado tomando como referencia, entre otros aspectos, los servicios audiovisuales similares que se han prestado durante el año 2023 para cubrir las actividades desarrolladas por la Fundación en dicha anualidad y aplicando a los mismos el precio unitario máximo correspondiente de los reflejados en el siguiente desglose:

BLOQUES	TIPO DE TRABAJO	PRECIO UNITARIO MÁXIMO (SIN IVA)
1	Grabación media jornada día laborable	500,00 €
2	Grabación media jornada fin de semana o festivo	600,00 €
3	Grabación una jornada día laborable	800,00 €
4	Grabación una jornada fin de semana o festivo	900,00 €
5	Elaboración de vídeo corto (<1m)	150,00 €
6	Elaboración de vídeo de 1 hasta 5'	250,00 €
7	Compactado para televisión o archivo (5-15 min.)	200,00 €
8	<i>Making off</i> (incluye grabación)	3.000,00 €

En cuanto al valor total estimado del contrato ascendería a Ciento setenta y cinco mil euros (175.000,00 €), IVA no incluido, si se acordaran todas las prórrogas previstas en el contrato y, en cada una de ellas, se alcanzara el importe máximo anual:

**Anualidades (IVA excluido):**

**2024-2025:** 35.000,00 €  
**2025-2026:** 35.000,00 €  
**2026-2027:** 35.000,00 €  
**2027-2028:** 35.000,00 €  
**2028-2029:** 35.000,00 €



## 5. JUSTIFICACIÓN DEL TIPO DE CONTRATO Y DEL PROCEDIMIENTO DE ADJUDICACIÓN ELEGIDO PARA SU TRAMITACIÓN.

La contratación a realizar se califica como contrato de servicios -al tratarse de una prestación de hacer- de carácter privado, de conformidad con lo establecido en el artículo 26.1.b) de la LCSP.

El contrato se tramitará por vía ordinaria al no concurrir ninguna de las circunstancias que justificarían su tramitación por vía de urgencia (art. 119 LCSP) o de emergencia (art. 120 LCSP).

El contrato se adjudicará por procedimiento abierto a fin de garantizar la competencia, en la medida en que cualquier persona interesada que cumpla los requisitos de solvencia establecidos podrá concurrir.

De conformidad con el art. 145, la adjudicación correspondiente se realizará aplicando una pluralidad de criterios de adjudicación a fin de determinar la propuesta con la mejor relación calidad-precio.

## 6. DIVISIÓN EN LOTES

El objeto del contrato no es susceptible de una división en lotes puesto que sus características impiden que sea posible hacerlo sin afectar a la correcta ejecución de éste, tal y como admite el art. 99.3 LCSP.

Las diversas tareas descritas (preproducción, producción y postproducción) necesarias para la elaboración de los diversos recursos audiovisuales que constituyen el objeto del contrato, son necesarias para la obtención de cada uno de ellos por lo que constituyen una única prestación. De hecho, bastaría con la asignación de una única persona para la prestación del servicio contratado y la obtención de los diversos recursos, siempre que cuente con las habilitaciones, medios y equipos precisos para realizar las tareas requeridas.

Adicionalmente, cuando para una misma actividad se requieren varios entregables diferentes, es factible partir de una misma grabación con el ahorro de tiempo y costes que ello supone, pues bastaría con que una única persona se desplace a la sede de la Fundación para obtener los materiales necesarios. Además, el hecho de que los diversos recursos audiovisuales, ya sean estos referidos a una misma actividad o a varias, los realice una misma entidad, garantiza que todos ellos tengan una misma calidad, y sean coherentes y armónicos.

Por los motivos expuestos se descarta la división en lotes y una pluralidad de contratistas, ya que se considera una prestación única que, en el caso de que se dividiera, dificultaría la ejecución técnica, afectando a la calidad de las prestaciones, imposibilitando la coordinación y la gestión óptima de las mismas y generando demoras y retrasos que serían inasumibles. Esto es, no cabe una división en lotes sin que el fin perseguido sufra menoscabo o detrimento



debido a que la ejecución de las prestaciones objeto del contrato por una pluralidad de contratistas diferentes dificultaría la coordinación del personal y el cumplimiento de plazos, lo que generaría graves perjuicios en el desempeño de las funciones respectivas y, por ende, dificultaría el cumplimiento de objetivos. Asimismo, una pluralidad de contratista impediría alcanzar una coherencia visual unificada, lo que afectaría a la calidad y el desarrollo de los recursos audiovisuales realizados.

## 7. JUSTIFICACIÓN DE CRITERIOS DE SOLVENCIA Y DE CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN.

### **SOLVENCIA ECONÓMICA O FINANCIERA**

La solvencia económica y financiera exigida y su sistema de acreditación serán los detallados a continuación:

*Volumen anual de negocio referido al mejor ejercicio dentro de los tres últimos disponibles, en función de las fechas de constitución o de inicio de actividades del empresario y de presentación de las ofertas por importe igual o superior a 35.000,00 €.*

*El volumen anual de negocios del licitador se acreditará por medio de sus cuentas anuales aprobadas o depositadas en el Registro Mercantil, si el empresario estuviera inscrito en dicho registro, y en caso contrario por las depositadas en el registro oficial en que deba estar inscrito. Los empresarios individuales no inscritos en el Registro Mercantil acreditarán su volumen anual de negocios mediante sus libros de inventarios y cuentas anuales legalizados por el Registro Mercantil. Adicionalmente, se aportará una declaración responsable del empresario, sellada y firmada por el representante de la empresa, sobre el volumen anual de negocios.*

### **Justificación del Requisito de Solvencia Económica o Financiera**

La exigencia de solvencia económica y financiera tiene como objetivo asegurar que los licitadores poseen la capacidad económica suficiente para ejecutar el contrato en caso de ser adjudicatarios. Este requisito es fundamental para minimizar los riesgos asociados a la ejecución del contrato, garantizando que la empresa licitante tenga una estructura financiera sólida y la capacidad de asumir las responsabilidades derivadas del contrato.

El volumen anual de negocio exigido, fijado en un importe igual o superior a 35.000,00 €, se utiliza como indicador clave de esta solvencia. Este umbral se ha determinado en función de las necesidades y la magnitud del contrato a licitar.

En aplicación del artículo 86.1 de la Ley de Contratos del Sector Público, se permitirá que aquellos licitadores que no puedan acreditar su solvencia económica o financiera a través de los documentos habituales lo hagan por medio de otros documentos o medios que



consideren adecuados. Esta flexibilidad pretende dar cabida a situaciones excepcionales y posibilitar una mayor concurrencia, buscando facilitar la participación de pequeñas empresas y profesionales independientes, sin comprometer la exigencia de una solvencia mínima que garantice la viabilidad del proyecto.

## SOLVENCIA TÉCNICA Y PROFESIONAL

La solvencia técnica y profesional exigida para la correcta ejecución de este contrato y su sistema de acreditación se corresponderán con los indicados a continuación:

### ***De la entidad licitadora:***

*Una relación de los principales servicios o trabajos realizados por el licitador de igual o similar naturaleza a los que son objeto de la presente contratación, esto es, realización de videos cortos, incluyendo preproducción, producción y postproducción, que sirvan para dinamizar en redes sociales (incluido, pero no principal, el canal de YouTube) y cuya temática verse sobre actividades culturales o medioambientales; por un importe acumulado de al menos 35.000 euros (IVA excluido) y realizados como máximo en los últimos tres años; en la que se indique la naturaleza de la prestación, el importe, las fechas de inicio y fin de la prestación y el destinatario de los mismos.*

*Los servicios o trabajos efectuados se acreditarán por el adjudicatario mediante certificados expedidos o visados por el órgano competente, cuando el destinatario sea una entidad del sector público; cuando el destinatario sea un sujeto privado, mediante un certificado expedido por este o, a falta de este certificado, mediante una declaración del empresario acompañado de los documentos obrantes en poder del mismo que acrediten la realización de la prestación. Los certificados emitidos por las entidades receptoras de los servicios ya sean éstas públicas o privadas, habrán de contener la información indicada en el párrafo previo para cada uno de los servicios realizados.*

*Declaración sobre el **equipamiento técnico** del que se dispondrá para la ejecución de los trabajos teniendo en cuenta que habrá trabajos que deberán realizarse en condiciones de baja intensidad lumínica siendo, por tanto, imprescindible contar con un equipo profesional compatible; así como también con fuentes de iluminación led con bajas emisiones de rayos ultravioletas, orientables y regulables en intensidad que permitan la grabación de las obras de arte sin dañarlas. Igualmente, declaración sobre el cumplimiento de las características técnicas de las cámaras y resto de equipamiento que permita cumplir con los requisitos de las grabaciones que se especificarán en el Pliego de prescripciones técnicas.*

*La suficiencia del equipamiento técnico se acreditará por el adjudicatario mediante declaración responsable en la que se detalle el equipamiento técnico del que se dispone y se declare que el mismo estará disponible durante toda la vigencia del contrato para la prestación de los servicios objeto de mismo y es suficiente para que dicha prestación se*



realice con la mayor calidad teniendo en cuenta lo previsto en los pliegos y, en particular, los condicionantes indicados previamente.

***Del profesional que se asigne como responsable de los trabajos:***

*El licitador deberá adscribir a la ejecución del contrato un responsable de los trabajos que pertenezca a su plantilla y cuente con formación específica en la Gestión de proyectos audiovisuales, producción y edición de vídeo y/o la elaboración de contenido audiovisual en plataformas digitales, y con más de cinco (5) años de experiencia en trabajos análogos a los descritos en el objeto del contrato, esto es, elaboración de audiovisuales; con el fin de aglutinar en un único responsable el conocimiento y experiencia necesarios para la coordinación de los distintos trabajos que requiere el desarrollo del producto final objeto del servicio (preproducción, producción y postproducción). En caso de que el licitador fuera un profesional independiente, deberá ser él quien cuente con la formación y experiencia previamente indicada y ejercer, por tanto, directamente y por sí mismo la labor de responsable de los trabajos en caso de resultar adjudicatario del contrato.*

*Para acreditar la formación y experiencia del responsable de los trabajos, el adjudicatario deberá presentar su currículum, el cual deberá permitir la identificación del titular mediante nombre y apellidos y acreditar la formación y experiencia previamente requerida. Asimismo, deberá aportar contrato de trabajo, TC o documentación equivalente que permita acreditar que el responsable de los trabajos forma parte de la plantilla del licitador.*

**Justificación de los Requisitos de Solvencia Técnica y Profesional**

La solvencia técnica y profesional exigida en esta licitación es crucial para asegurar que el adjudicatario cuenta con la capacidad, experiencia y medios necesarios para llevar a cabo el proyecto con el más alto nivel de calidad. Este requisito garantiza que solo participen empresas o profesionales que han demostrado una competencia técnica sólida en la realización de trabajos similares, reduciendo así los riesgos asociados a la ejecución del contrato.

**1. Experiencia de la Entidad Licitadora:**

La solicitud de una relación de los principales servicios o trabajos realizados por el licitador en los últimos tres años, de naturaleza similar a los requeridos en esta licitación, tiene como objetivo confirmar que la entidad tiene una experiencia probada en el ámbito específico de la producción de vídeos cortos para redes sociales con temáticas culturales o medioambientales. Este tipo de experiencia previa es esencial para asegurar que el adjudicatario comprende las particularidades del trabajo requerido y puede cumplir con los estándares esperados. Además, el requisito de un importe acumulado de al menos 35.000 euros (IVA excluido) en dichos trabajos demuestra que la entidad tiene una trayectoria significativa y ha gestionado proyectos de envergadura comparable.



## 2. Equipamiento Técnico:

El equipamiento técnico es un aspecto esencial para garantizar la calidad de los vídeos producidos, especialmente en condiciones de baja intensidad lumínica, y la protección de las obras de arte que vayan a aparecer en las grabaciones y que requieren de cuidados especiales. La declaración sobre el equipamiento técnico disponible, y su adecuación para cumplir con los requisitos específicos del pliego, asegura que el licitador no solo tiene los medios adecuados, sino que se compromete a adscribir los mismos a la ejecución del servicio durante toda la vigencia del contrato. Este enfoque preventivo evita problemas técnicos que podrían comprometer la calidad final del producto o dañar las obras de arte.

## 3. Solvencia Profesional del responsable de los trabajos:

Asignar un responsable de los trabajos con formación específica en gestión de proyectos audiovisuales y más de cinco años de experiencia es esencial para asegurar la correcta ejecución del contrato. Este profesional actuará como el nexo entre las distintas fases del proyecto (preproducción, producción y postproducción), garantizando una coordinación eficiente y la calidad del producto final. Asimismo, exigir que pertenezca a la plantilla de la entidad licitadora no busca sino asegurar, dentro de lo razonable, una mayor estabilidad de esta figura que, por los aspectos indicados previamente, es esencial para garantizar el adecuado y eficiente desarrollo del servicio.

La adjudicación del contrato se realizará en favor de la propuesta con la mejor relación calidad-precio, la cual se determinará aplicando los siguientes criterios de adjudicación:

### **CRITERIOS CUANTIFICABLES MEDIANTE LA MERA APLICACIÓN DE FÓRMULAS: 51 puntos**

#### **Oferta económica: Hasta 51 puntos**

- *Precio unitario grabación de media jornada en día laborable: 9 puntos*

*En la proposición se indicará el precio unitario aplicable a cada jornada de grabación. En el análisis económico prima en orden decreciente, el precio unitario más bajo, teniendo éste la valoración máxima, 9 puntos; a continuación, se establece la fórmula que resultará de aplicación:*

$$V_i = 9 * P_{min} / P_i$$

*Dónde:*

*V<sub>i</sub> = valoración correspondiente a la oferta i*

*P<sub>i</sub> = precio propuesto para la jornada de grabación por la empresa i, en €*

*P<sub>min</sub> = precio mínimo ofertado para la jornada de grabación, en €*



- Precio unitario grabación de media jornada en fin de semana o festivo: 7 puntos

*En la proposición se indicará el precio unitario aplicable a cada jornada de grabación. En el análisis económico prima en orden decreciente, el precio unitario más bajo, teniendo éste la valoración máxima, 7 puntos; a continuación, se establece la fórmula que resultará de aplicación:*

$$Vi = 7 * Pmin/Pi$$

*Dónde:*

*Vi = valoración correspondiente a la oferta i*

*Pi = precio propuesto para la jornada de grabación por la empresa i, en €*

*Pmin = precio mínimo ofertado para la jornada de grabación, en €*

- Precio unitario grabación de una jornada en día laborable: 7 puntos

*En la proposición se indicará el precio unitario aplicable a cada jornada de grabación. En el análisis económico prima en orden decreciente, el precio unitario más bajo, teniendo éste la valoración máxima, 7 puntos; a continuación, se establece la fórmula que resultará de aplicación:*

$$Vi = 7 * Pmin/Pi$$

*Dónde:*

*Vi = valoración correspondiente a la oferta i*

*Pi = precio propuesto para la jornada de grabación por la empresa i, en €*

*Pmin = precio mínimo ofertado para la jornada de grabación, en €*

- Precio unitario grabación de una jornada en fin de semana o festivo: 5 puntos

*En la proposición se indicará el precio unitario aplicable a cada jornada de grabación. En el análisis económico prima en orden decreciente, el precio unitario más bajo, teniendo éste la valoración máxima, 5 puntos; a continuación, se establece la fórmula que resultará de aplicación:*

$$Vi = 5 * Pmin/Pi$$

*Dónde:*

*Vi = valoración correspondiente a la oferta i*

*Pi = precio propuesto para la jornada de grabación por la empresa i, en €*

*Pmin = precio mínimo ofertado para la jornada de grabación, en €*

- Precio unitario de postproducción y entrega de vídeos de menos de 1 minuto: 9 puntos

*En la proposición se indicará el precio unitario aplicable a los vídeos terminados y entregados listos para emitir, entendiéndose que se trata de vídeos preproducidos, producidos y postproducidos por el adjudicatario. En el análisis económico prima en orden decreciente, el precio unitario más bajo, teniendo éste la valoración máxima, 9 puntos; a continuación, se establece la fórmula que resultará de aplicación:*

$$Vi = 9 * Pmin/Pi$$

*Dónde:*

*Vi = valoración correspondiente a la oferta i*

*Pi = precio propuesto para la postproducción y entrega de vídeos de menos de 1 minuto por la empresa i, en €*



*P<sub>min</sub>*= precio mínimo ofertado para la postproducción y entrega de vídeos de menos de 1 minuto, en €

- Precio unitario de postproducción y entrega de vídeos de 1 minuto y hasta 5 minutos: 5 puntos

*En la proposición se indicará el precio unitario aplicable a los vídeos terminados y entregados listos para emitir, entendiéndose que se trata de vídeos preproducidos, producidos y postproducidos por el adjudicatario. En el análisis económico prima en orden decreciente, el precio unitario más bajo, teniendo éste la valoración máxima, 5 puntos; a continuación, se establece la fórmula que resultará de aplicación:*

$$V_i = 5 * P_{min} / P_i$$

*Dónde:*

*V<sub>i</sub>*= valoración correspondiente a la oferta *i*

*P<sub>i</sub>*= precio propuesto para la postproducción y entrega de vídeos de 1 hasta 5 minutos por la empresa *i*, en €

*P<sub>min</sub>*= precio mínimo ofertado para la postproducción y entrega de vídeos de 1 hasta 5 minutos, en €

- Precio unitario de postproducción y entrega de compactados entre 5 y 15 minutos: 5 puntos

*En la proposición se indicará el precio unitario aplicable a los compactados terminados y entregados listos para su uso, entendiéndose que se trata de trabajos realizados por el adjudicatario. En el análisis económico prima en orden decreciente, el precio unitario más bajo, teniendo éste la valoración máxima, 5 puntos; a continuación, se establece la fórmula que resultará de aplicación:*

$$V_i = 5 * P_{min} / P_i$$

*Dónde:*

*V<sub>i</sub>*= valoración correspondiente a la oferta *i*

*P<sub>i</sub>*= precio propuesto para la postproducción y entrega de compactados de entre 5 y 15 minutos por la empresa *i*, en €

*P<sub>min</sub>*= precio mínimo ofertado para la postproducción y entrega de compactados de entre 5 y 15 minutos, en €

- Precio unitario de la realización de un making off del montaje de una exposición en la Sala Castellana 214, de un periodo de grabación aproximado de 8 semanas: 4 puntos

*En la proposición se indicará el precio unitario aplicable a la preproducción, producción y postproducción de un making off que podría tener una duración de rodaje de hasta 8 semanas, y la edición en formato time-lapse o similar para la entrega de un vídeo de una duración aproximada de 8 minutos con el making off (montaje) de la exposición. En el análisis económico prima en orden decreciente, el precio unitario más bajo, teniendo éste la valoración máxima, 4 puntos; a continuación, se establece la fórmula que resultará de aplicación:*

$$V_i = 4 * P_{min} / P_i$$

*Dónde:*



*Vi= valoración correspondiente a la oferta i*

*Pi= precio propuesto para la realización del making off de una exposición en la Sala Castellana 214 por la empresa i, en €*

*Pmin= precio mínimo ofertado para la realización del making off de una exposición en la Sala Castellana 214, en €*

*Las ofertas que superen el precio unitario máximo establecido para cualquiera de los bloques indicados o para todos ellos, serán automáticamente excluidas del presente procedimiento de licitación.*

#### **Justificación de los criterios cuantificables mediante fórmulas:**

Los criterios cuantificables mediante la aplicación de fórmulas, que suman un total de 51 puntos, se han diseñado para evaluar de manera objetiva las ofertas económicas presentadas por los licitadores. Estos criterios se centran en la valoración del precio unitario propuesto por las empresas para las diferentes prestaciones incluidas en el alcance del servicio.

La metodología empleada garantiza que la oferta más competitiva desde el punto de vista económico reciba la puntuación máxima en cada categoría, incentivando así a los licitadores a proponer precios más bajos para todas las prestaciones, sin comprometer la calidad del servicio. Las fórmulas aplicadas ( $V_i = [\text{Puntos Máximos}] * P_{\text{min}}/P_i$ ) aseguran una valoración proporcional y justa, donde  $P_{\text{min}}$  representa el precio mínimo ofertado y  $P_i$  el precio propuesto por cada licitador. Este sistema fomenta la transparencia y competitividad, permitiendo una evaluación clara y directa de las ofertas en función del precio.

Además, para evitar propuestas no viables, se establece que cualquier oferta que supere el precio unitario máximo establecido para una cualquiera de las prestaciones será automáticamente excluida, garantizando así que todas las propuestas sean económicamente razonables y permitan cubrir el alcance estimado.

#### **CRITERIOS SUJETOS A UN JUICIO DE VALOR: 49 puntos**

Los servicios prestados con causa en la presente licitación son una herramienta esencial en la estrategia de comunicación de la Fundación para informar a su público y captar nuevo público interesado en participar en las actividades que organiza. Por tanto, aspectos como la calidad de los vídeos, su creatividad y la capacidad de impactar son elementos relevantes que han de poder evaluarse durante el procedimiento a fin de garantizar la selección del proveedor más adecuado. El único modo de poder analizar y evaluar tales aspectos es valorar trabajos semejantes realizados por los licitadores concurrentes y, más concretamente, por la persona que se vaya a adscribir a la ejecución de los servicios como responsable de los trabajos; lo que sólo puede realizarse estableciendo criterios de adjudicación sujetos a juicio de valor.



### Propuesta técnica: 49 puntos

La propuesta técnica consistirá en la presentación de un mínimo de 5 y un máximo de 10 trabajos realizados por la persona que el licitador vaya a asignar como responsable de los trabajos, los cuales deberán cumplir con los siguientes requisitos para ser valorados: (i) tener entre 20 segundos y 5 minutos de duración; (ii) versar sobre actividades culturales o medioambientales equivalentes a las que lleva a cabo la Fundación y que serán descritas en el Pliego de prescripciones técnicas (conferencias, conciertos, exposiciones, talleres, visitas guiadas...etc.); y (iii) haber sido concebidos para ser publicados en redes sociales con el fin de dinamizar las actividades objeto de cada uno de ellos.

De los trabajos aportados se valorará el **tratamiento artístico e innovador** de los videos y de los recursos gráficos que incluya en ellos, así como la capacidad de aportar un valor añadido a la difusión de las actividades, según el siguiente detalle:

1. El componente innovador y artístico a la hora de transmitir los contenidos a través de una mirada fresca, novedosa y sugerente: **hasta 30 puntos**

- **Creatividad y Originalidad:** capacidad para proponer enfoques visuales originales y creativos que difieran de las convenciones habituales, con nuevas perspectivas o enfoques que sorprendan al público y atrapen su atención: hasta 10 puntos
- **Narrativa Visual:** uso de elementos visuales, como la composición, el encuadre, la iluminación y la dirección artística, para transmitir eficazmente la esencia y el significado de las actividades. Los vídeos logran una conexión emocional y artística con el público: hasta 10 puntos
- **Dinamismo y adecuación al lenguaje audiovisual:** capacidad de aportar dinamismo a los vídeos para hacerlos amenos y que estos se adapten al lenguaje audiovisual de las redes sociales: hasta 10 puntos

2. La capacidad de síntesis en piezas breves: hasta 14 puntos

- **Claridad y Relevancia:** claridad de la presentación y la relevancia de la información proporcionada en las piezas breves. Capacidad para transmitir la esencia de las actividades de manera fácilmente comprensible en poco tiempo: hasta 7 puntos
- **Impacto:** impacto emocional y visual de las piezas breves. Capacidad de captar la atención del público de manera efectiva y dejar una impresión duradera en un corto período de tiempo: hasta 7 puntos

3. La creatividad y adecuación de los grafismos de nueva creación aportados a las piezas: hasta 5 puntos



- **Originalidad y Cohesión:** originalidad de los grafismos y su cohesión con la temática de las actividades. Capacidad de crear elementos visuales únicos y relevantes para la narrativa cultural: hasta 3 puntos
- **Enriquecimiento Visual:** los grafismos contribuyen a enriquecer la experiencia visual general de las actividades. Los elementos visuales aportan valor y profundidad a la narrativa audiovisual: hasta 2 puntos

No se tendrán en consideración a efectos de valoración ni, por tanto, a efectos de cómputo del número mínimo/máximo de trabajos a aportar: (i) las grabaciones completas (brutos) ni las piezas que no alcancen los 20 segundos o excedan de los 5 minutos; ni (ii) las piezas cuya temática no sea cultural o medioambiental ni tengan por objeto actividades equivalentes a las desarrolladas por la Fundación ni (iii) las piezas cuyo objeto/destino no sea la dinamización de las actividades en redes sociales ni (iv) aquellas en las que no haya participado la persona que vaya a designarse como responsable de los trabajos.

Para poder llevar a cabo esta valoración, habrán de aportarse al menos 5 trabajos que cumplan los requisitos antedichos de duración, temática y propósito, así como haberse acreditado que en todos ellos ha participado activamente la persona que el licitador vaya a designar como responsable de los trabajos, aportando una declaración responsable a tal efecto. En caso de no alcanzarse dicho número o de no haberse acreditado la autoría indicada de todos ellos, no podrá realizarse la valoración previa y, por tanto, se asignarán 0 puntos en este criterio.

Las propuestas técnicas presentadas deberán obtener una puntuación mínima de 34 puntos en la valoración de criterios sujetos a juicio de valor establecidos previamente. La presentación de una propuesta técnica que no alcance el mínimo exigido dará lugar a la exclusión de la misma del procedimiento de licitación.

#### **Justificación de los criterios sujetos a juicio de valor:**

Los criterios sujetos a juicio de valor, que suman 49 puntos, están diseñados para evaluar la calidad técnica y artística de las propuestas presentadas por los licitadores, asegurando que el adjudicatario posea no solo la capacidad técnica, sino también la creatividad necesaria para cumplir con los objetivos que se pretenden alcanzar con los trabajos objeto de la presente licitación.

##### **1. Innovación y creatividad artística (30 puntos):**

Este criterio evalúa la originalidad, la creatividad y la capacidad del licitador para presentar contenidos de manera fresca y sugestiva, capturando la atención del público a través de enfoques visuales innovadores. Se busca que los vídeos no solo informen, sino que también conecten emocionalmente con la audiencia, destacándose en un entorno competitivo como las redes sociales.



## 2. Capacidad de síntesis (14 puntos):

Aquí se valora la habilidad del licitador para transmitir de manera clara y concisa la esencia de las actividades en vídeos breves, manteniendo un impacto visual y emocional fuerte. La capacidad de captar la atención y dejar una impresión duradera en un corto período de tiempo es crucial para la efectividad en redes sociales.

## 3. Creatividad y adecuación de los grafismos (5 puntos):

Este apartado se centra en la calidad de los elementos gráficos añadidos a los vídeos. Se premia la originalidad de estos grafismos y su capacidad para enriquecer la experiencia visual, asegurando que estén en sintonía con la temática cultural o medioambiental de las actividades.

Solo se valorarán trabajos que cumplan estrictamente con los requisitos de duración, temática, y propósito, asegurando así que los trabajos propuestos a valoración coincidan con los que, posteriormente, habrán de realizarse en caso de que el licitador resulte adjudicatario, buscando asegurar que el adjudicatario sea capaz de llevar a cabo los trabajos licitados según lo requerido por la Fundación. Esta rigurosidad garantiza que solo las propuestas de alta calidad y adecuación reciban puntuaciones elevadas, protegiendo la integridad del proceso de selección y asegurando que el proyecto final sea ejecutado con la excelencia que merece. Además, la exigencia de un mínimo de 34 puntos para la aceptación de la propuesta técnica tiene como objetivo garantizar que solo las ofertas de calidad suficiente continúen en el proceso de selección. Este criterio es esencial por varias razones:

### 1. Aseguramiento de la calidad:

Un umbral mínimo de puntuación asegura que las propuestas que avanzan en el proceso de licitación cumplan con un estándar básico de calidad en aspectos clave como creatividad, innovación, y adecuación técnica. Esto es crucial para garantizar que el contrato se adjudique a un licitador capaz de ofrecer un servicio que cumpla con las expectativas y necesidades de la entidad contratante.

### 2. Incentivo para la excelencia:

Al exigir una puntuación mínima, se motiva a los licitadores a presentar propuestas de alta calidad y bien elaboradas, fomentando la competencia y elevando el nivel general de las ofertas recibidas. Esto beneficia tanto a la entidad contratante como a los licitadores, al promover un entorno de competencia justa y basada en méritos.

### 3. Reducción del riesgo de adjudicaciones ineficientes:

Sin un umbral mínimo, existe el riesgo de que se consideren propuestas técnicamente insuficientes, lo que podría resultar en una adjudicación ineficiente y posibles incumplimientos contractuales. Este umbral actúa como una medida preventiva contra la selección de propuestas que no pueden cumplir adecuadamente con los requerimientos del contrato.



En resumen, el umbral mínimo de puntuación es una herramienta clave para asegurar que solo las propuestas que cumplen con un estándar de calidad adecuado pasen a las etapas finales del proceso de adjudicación, protegiendo los intereses de la entidad contratante y garantizando la eficiencia y efectividad del contrato.

## 8. CONDICIONES ESPECIALES DE EJECUCIÓN

El adjudicatario, en la ejecución del contrato, habrá de cumplir las condiciones especiales de ejecución detalladas a continuación:

- En todos los materiales que deban aportarse se evitará cualquier texto o imagen discriminatorios contra grupos minoritarios de población, o cualquier manifestación discriminatoria por religión, sexo o raza.
- El adjudicatario deberá mantener adscrito a la ejecución del contrato y durante toda su vigencia (salvo causa de fuerza mayor o ajena a su voluntad), al responsable de los trabajos cuya formación y experiencia se va a tener en cuenta a efectos de evaluar la solvencia técnica y profesional; y cuyos trabajos se van a considerar a efectos de valorar los criterios de adjudicación sujetos a juicio de valor, según lo indicado en el apartado previo del presente documento.

Considerándose todas ellas adecuadas al no resultar discriminatorias y dada su vinculación con el objeto del contrato.

En Madrid, a 9 de septiembre de 2024

Fdo.: Ana Prieto Urbano

Cargo: Directora de Comunicación y Marketing

Área proponente: Área de Comunicación y Marketing de la Fundación Canal