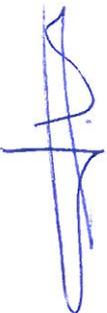




Expediente núm. 019/2015

**INFORME TÉCNICO SOBRE LAS PROPOSICIONES ADMITIDAS A LICITACIÓN EN EL PROCEDIMIENTO DE ADJUDICACIÓN DEL CONTRATO RELATIVO AL DESARROLLO DE UNA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN PARA EL BIODOMO**



Los abajo firmantes, en relación con las propuestas admitidas para la adjudicación del contrato administrativo de referencia y de conformidad con los criterios establecidos en el Pliego de Cláusulas Administrativas y las condiciones fijadas para la ejecución del contrato en el Pliego de Prescripciones Técnicas de aplicación, estimamos oportuno realizar las siguientes consideraciones:

**PRIMERO. DESCRIPCIÓN DE LOS CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN.**



Con carácter previo se comenta el contenido de los criterios de valoración de las ofertas contenido en el Pliego de Cláusulas Administrativas particulares al objeto de facilitar el trabajo de la Mesa de Contratación. En este sentido, se quieren destacar los siguientes aspectos:

- 
- A. PROPUESTA TÉCNICA. Para el análisis de las propuestas técnicas presentadas, se ha partido del criterio general relativo a que con la prestación del servicio se asegure la calidad y garantía en la cobertura de las necesidades del Museo, en referencia al hecho de que la empresa adjudicataria pueda hacer frente al conjunto de prestaciones que engloba la ejecución del contrato no tanto desde un punto de vista cuantitativo - que también- sino cualitativo, teniendo siempre presente que el equipamiento destinatario de las mismas es un centro cultural y educativo, un Museo al fin y al cabo, perspectiva ésta que se estima debe primar sobre cualquier otro aspecto.

A partir de estas premisas, y por lo que se refiere a los apartados prescripciones técnicas relativas a la ejecución del contrato, se ha intentado buscar la mejor adecuación de la memoria técnica relativa a la



ejecución del contrato a las previsibles necesidades del Museo, ponderando aspectos tales como su posible conocimiento del funcionamiento del mismo centro o de otros iguales o similares, la descripción de la organización del servicio, capacidad de repuesta de las empresas antes los requerimientos del Centro o eventualidades, así como aquellos medios personales y/o técnicos que, con independencia de los mínimos exigidos para el normal desarrollo del contrato, se adscribirán para su mejor o más eficaz ejecución.

- B. PROPOSICIÓN ECONÓMICA. Su aplicación resultará de lo establecido en el propio Pliego de Cláusulas Administrativas particulares.
- C. MEJORAS. Como en el caso anterior, la puntuación obtenida por cada una de las empresas licitadoras resultará de la consideración que de las propuestas realice la Mesa de Contratación en aplicación de lo establecido en el propio Pliego de Cláusulas Administrativas particulares.

No obstante, el análisis de las propuestas realizadas ha partido de los criterios establecidos en los documentos que sirven de base a la licitación tomando en consideración la descripción efectuada y la información facilitada por las empresas participantes.

## **SEGUNDO. ANÁLISIS DE LAS PROPUESTAS PRESENTADAS.**

Una vez revisada la documentación de las empresas admitidas a concurso, se ha realizado la baremación con el resultado que consta en el Cuadro Resumen anexo a este informe, teniendo en cuenta que la documentación requerida en el Anexo VI permite evaluar mediante juicio de valor las propuestas técnicas presentadas hasta un máximo de 60 puntos. Así:

Para valorar la originalidad y calidad de los trabajos recurrimos a las muestras aportadas por las empresas (Pto. 3 del epígrafe 3 del Anexo VI. • Muestras de elementos ejecutados en proyectos similares y de aquellos otros que se proponga realizar).

En este caso, la empresa The marketers no presenta ningún tipo de muestras por lo que se hace imposible adjudicarle cualquier otro valor que no sea cero. Si



especifica en el documento escrito que aporta ejemplos de experiencias en el dvd que adjuntan, información que no hemos encontrado en el citado dvd. La empresa Babydog aporta bastantes ejemplos de experiencias similares anteriores y pone a disposición los diseños de sus propuestas, aportando locución de cuña de radio, story board del spot y diseños de banderolas y corpóreos 3D para ciudad, plan de comunicación on line, etc.

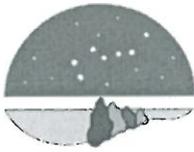
Analizamos la información aportada por las empresas relativa al calendario de ejecución de la campaña y la distribución del presupuesto en las acciones propuestas (puntos 1 y 2 del epígrafe 3 del anexo VI), teniendo en cuenta la propuesta de calendario de ejecución de la campaña y la distribución presupuestaria detallada de ejecución que debe incluir todas y cada una de las prestaciones incluidas en el objeto del contrato, si bien esta propuesta tiene carácter meramente informativo.

A través de esta información podemos evaluar la sostenibilidad de la propuesta y el equilibrio de las prestaciones.

Babydog no aporta esta información, por tanto 0 puntos y The marketers esboza un calendario de ejecución básico, por tanto 2 puntos, a la vez que nos remite al sobre 3 para consultar la distribución presupuestaria. Puede quedar a juicio de la mesa tener en cuenta o no esta valoración y puntuar con posterioridad.

Para llevar a cabo la evaluación de la propuesta de estrategia promocional en la ciudad nos basamos en la información aportada que describe y planifica las acciones así como las muestras específicas. La empresa Babydog aporta una propuesta definida y concreta con muestras y desarrollos incluidos, mientras que The marketers se limita a definir metodología de trabajo en global, sin concretar propuesta específica para ciudad. El punto 5 de esta metodología se refiere a "Transmitir los valores de la Universidad de Sevilla" lo cual, junto a otros indicios relativos a la presentación, nos lleva a pensar que el documento ha sido elaborado con rapidez y haciendo uso del "corta y pega".

En cuanto al punto 5 del Anexo VI -Propuesta real de alianzas estratégicas de difusión basada en cartera de clientes y/o contactos profesionales-, Babydog facilita los nombres de empresas de su cartera con las que sería viable la colaboración y otras con las que se propone cobranding.



Por su parte, The marketers no hace una propuesta real ni facilita ningún nombre, limitándose a decir que en coordinación con el museo realizarán alianzas con su red de clientes.

Por último, destacar que ambas empresas aportan la memoria técnica, el plan de calidad y asistencia técnica, así como los recursos de apoyo y compromiso de disponibilidad. Si bien The marketers aporta una información más completada sobre la metodología de trabajo a seguir, razón por la cual que se le evalúa con la máxima puntuación.

La puntuación resultante de la valoración técnica sitúa a la empresa The marketers fuera del concurso por no alcanzar el mínimo de 30 puntos.

### **TERCERO. CONCLUSIONES.**

Como hemos expresado anteriormente, el resultado de la evaluación efectuada se plasma en el cuadro de puntuación adjunto, trasladando este informe a la Mesa de Contratación a los efectos de continuar el procedimiento de adjudicación del contrato.

Granada, a 8 de septiembre de 2015.

Cristina González Sevilla  
Jefa Dpto. de Comunicación

Javier Pérez López  
Coordinador de Ciencias de la  
Vida

Inmaculada Melero Martínez  
Coordinadora de Infografía



## CUADRO RESUMEN PUNTUACIÓN

CRITERIOS EVALUADOS	Babydog	Marketers
Originalidad y calidad (14)	14	0
Sostenibilidad y equilibrio (14)	0	2
Promocional ciudad (13)	13	5
Alianzas estratégicas (10)	10	0
Memoria técnica (4)	2	4
Plan de calidad / asistencia técnica (3)	3	3
Disponibilidad / recursos de apoyo (2)	2	2
<b>TOTAL</b>	<b>44</b>	<b>16</b>