

# INFORME TÉCNICO RELATIVO A LOS CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN VALORADOS MEDIANTE UN JUICIO DE VALOR

## CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE ASISTENCIA TÉCNICA PARA LA DIFUSIÓN DE LAS ACTUACIONES DEL PROGRAMA PARA EL DESARROLLO ENERGÉTICO SOSTENIBLE DE ANDALUCÍA

**CONTR 2022 339101**

**Tipo de licitación:** Procedimiento abierto simplificado

**Presupuesto base licitación sin IVA:** 45.016,31 €

**IVA:** 9.453,42 €

**Importe total licitación:** 54.469,73 €

## Índice

1. ANTECEDENTES .....	3
2. OBJETO Y ALCANCE DEL CONTRATO .....	5
3. EMPRESAS LICITADORAS VALORADAS .....	6
4. CRITERIOS DE VALORACIÓN Y METODOLOGÍA APLICADA.....	8
5. VALORACIÓN DE PROPUESTAS .....	9
5.1. MARIN Y ASOCIADOS, S.A.....	9
5.2 SPERTORIA, S.L.U.....	18
6. RESUMEN GLOBAL DE LAS OFERTAS PRESENTADAS.....	28

FIRMADO POR	Mª TERESA ALONSO REGAÑA	24/01/2023	PÁGINA 2/28
VERIFICACIÓN	Pk2jmBKB2C9XHBUXLP6EAL3MA42549	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	

## 1. ANTECEDENTES

La Agencia Andaluza de la Energía, creada por la Ley 4/2003, de 23 de septiembre, tiene la consideración de agencia pública empresarial de las previstas en el artículo 68.1 b) de la Ley 9/2007, de 22 de octubre, de la Administración de la Junta de Andalucía, conforme se establece en el Decreto 217/2011, de 28 de junio y en el Decreto 21/2005, de 1 de febrero, por el que se aprueban los Estatutos de la Agencia Andaluza de la Energía, modificado por el Decreto 8/2014, de 21 de enero, y está adscrita a la Consejería de Presidencia, Administración Pública e Interior y a la Consejería de Hacienda y Financiación Europea, de conformidad con lo dispuesto en los Decretos 114/2020 de 8 de septiembre y 116/2020 de 8 de septiembre, respectivamente.

Así, corresponde a la Agencia coordinar y fomentar los objetivos establecidos en la política energética de la Junta de Andalucía, entre los que se encuentran:

- Fomentar el uso de los recursos renovables autóctonos y las acciones de ahorro y eficiencia energética y gestión de la demanda, como medidas para incrementar el autoabastecimiento energético, el desarrollo económico y la protección del medio ambiente en Andalucía.
- Promover y difundir los principios de una nueva cultura energética basada en un uso responsable y sostenible de la energía, desarrollando programas e iniciativas para fomentar el ahorro, la eficiencia energética y la utilización de recursos renovables.
- Contribuir a la ordenación equilibrada del territorio y al crecimiento económico, mediante el apoyo técnico a una planificación energética que garantice un suministro seguro, estable, diversificado, eficiente y de calidad a toda la ciudadanía andaluza.
- Impulsar un tejido empresarial especializado y competitivo en tecnologías energéticas eficientes, limpias e innovadoras, apoyando proyectos de interés para la transformación del sistema energético andaluz.

En el cumplimiento de dichos objetivos y siendo la Agencia uno de los gestores del Programa Operativo FEDER de Andalucía 2014-2020, esta entidad puso en marcha en 2016 el Programa para el desarrollo energético sostenible de Andalucía (regulado por la Orden de 23 de diciembre de 2016 de la entonces Consejería de Empleo, Empresa y Comercio), financiado a través del Programa Operativo FEDER de Andalucía 2014-2020, con el que se contribuye al cumplimiento del Objetivo Temático 4 del Programa Operativo FEDER 2014-2020 para el referido periodo. A este respecto, señalar que el plazo de ejecución de las actuaciones que se financian con fondos del Programa Operativo FEDER Andalucía 2014-2020 se ha extendido hasta el 31 de diciembre de 2023.

La Orden de 23 de diciembre de 2016 describe las actuaciones incluidas en los siguientes programas, destinados a apoyar las prioridades de inversión establecidas en el referido Programa Operativo:

- Construcción Sostenible: que financia inversiones de ahorro, eficiencia energética, aprovechamiento de energías renovables e infraestructuras en edificios, de uso privado (incluido el residencial) o público, ubicados en la Comunidad Autónoma de Andalucía, que ayuden a la sociedad a mejorar las condiciones en las que usan la energía, con especial atención a los colectivos desfavorecidos.
- PYME Sostenible, con incentivos dirigidos a impulsar un cambio de modelo de gestión de la energía por parte de las PYMEs en la Comunidad Autónoma de Andalucía, hacia otro más eficiente y competitivo.

FIRMADO POR	Mª TERESA ALONSO REGAÑA	24/01/2023	PÁGINA 3/28
VERIFICACIÓN	Pk2jmBKB2C9XHBUXLP6EAL3MA42549	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	

- Redes Inteligentes, con incentivos destinados a impulsar la transformación de las ciudades de la Comunidad Autónoma de Andalucía, hacia un modelo inteligente, que redunde en un desarrollo equilibrado y energéticamente sostenible de la región.

Entre las obligaciones que le corresponden a la Agencia, en calidad de órgano gestor del Programa Operativo FEDER, está, además de dar a conocer de manera ágil y precisa, tanto las actuaciones subvencionables como el procedimiento a seguir, habilitando los correspondientes canales de comunicación con la ciudadanía, empresas y administraciones, entre otras, el difundir los resultados obtenidos con las actuaciones cofinanciadas; motivo por el cual, la comunicación adquiere un papel fundamental.

Así, transcurridos más de cuatro años desde que se convocaron las líneas de incentivos acogidos a la Orden de 2016, habiéndose ya ejecutado por parte de los beneficiarios de las ayudas gran parte de los proyectos de mejora energética cofinanciados, resulta en este momento fundamental impulsar la difusión de resultados, con un doble objetivo. Por un lado, dar a conocer los proyectos realizados gracias a la cofinanciación europea a través del Programa Operativo FEDER y, por otro, que dichos proyectos sirvan de ejemplo para difundir las ventajas de llevar a cabo actuaciones que contribuyan al desarrollo energético sostenible de Andalucía.

Para ello, es necesario proporcionar a la ciudadanía andaluza información práctica y concreta de las posibilidades y resultados de las actuaciones cofinanciadas con fondos europeos FEDER para el impulso del desarrollo energético de Andalucía, mediante un enfoque atractivo, traduciendo las características técnicas de los proyectos y acciones a un lenguaje asequible y claro para todo tipo de público, sirviendo, a su vez, como ejemplos prácticos de la política de la Unión Europea en materia energética y de protección al medio ambiente, y promoviendo la comprensión de los objetivos y los logros de las diferentes medidas respaldadas por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional.

En este sentido, el Programa Operativo FEDER 2014-2020 contempla, en el Eje prioritario 13, como uno de sus objetivos el “proporcionar una información de calidad sobre las posibilidades que ofrece el Programa, promover la comprensión de los objetivos y los logros alcanzados por el mismo y difundir el papel y el apoyo que ofrece el FEDER”, motivo por el cual incluye la posibilidad de contar con Asistencia Técnica en el ámbito de la información y la comunicación para realizar, entre otras:

- Actuaciones de difusión del Programa Operativo, destinadas a dar transparencia al mismo, que trasladen a los ciudadanos las posibilidades que ofrece, sus posibles beneficiarios, los resultados obtenidos y los beneficios de la política regional de la UE.
- Actividades publicitarias destinadas a dar visibilidad a la contribución que Europa realiza en las actuaciones de los Órganos Gestores incluidas en el Programa Operativo.

Por todo lo anterior, se hacía necesario contar con asistencia técnica para dar a conocer y difundir entre la sociedad andaluza las medidas puestas en marcha por el Gobierno Andaluz dentro del Programa para el desarrollo energético de Andalucía cofinanciadas desde la Unión Europea, contribuyendo al cumplimiento de los objetivos previstos en el Objetivo Temático 4 del Programa Operativo FEDER 2014-2020 de Andalucía para favorecer una economía baja en carbono.

FIRMADO POR	Mª TERESA ALONSO REGAÑA	24/01/2023	PÁGINA 4/28
VERIFICACIÓN	Pk2jmBKB2C9XHBUXLP6EAL3MA42549	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	

## 2. OBJETO Y ALCANCE DEL CONTRATO

El objeto del contrato es, conforme al Pliego de Prescripciones Técnicas, la contratación del servicio de planificación, asistencia técnica y ejecución de actuaciones de comunicación para la difusión de resultados relativos a las actuaciones cofinanciadas con fondos FEDER a través del Programa para el desarrollo energético sostenible de Andalucía.

La empresa adjudicataria deberá diseñar, planificar, prestar asistencia técnica y ejecutar las acciones de comunicación necesarias para la difusión de las actuaciones de este Programa llevando a cabo los trabajos necesarios para cumplir con los objetivos recogidos en el apartado 2 del pliego de prescripciones técnicas.

Dentro de los trabajos a realizar por la empresa adjudicataria para cubrir cualquier necesidad de comunicación dirigida a satisfacer los objetivos del presente contrato, se incluyen, los siguientes servicios:

1. Servicio de diseño, maquetación y/o producción (ya sea en formato papel, digital o audiovisual), que incluirá, como mínimo:
  - El diseño y producción de cualquier elemento informativo o publicitario que se precise, en cualquier formato (marketing – convencional y espectacular-, originales y adaptaciones para prensa y revistas, formatos para internet -incluido redes sociales-, cuñas de radio, anuncios para televisión convencionales y no convencionales, producciones audiovisuales – informativas, divulgativas, institucionales-, folletos, publicaciones, papelería y cartelería), debiendo la empresa adjudicataria hacer entrega de todos los artes finales y masters a la Agencia Andaluza de la Energía.  
Se incluyen dentro de los referidos elementos, entre otros, los siguientes:
    - Microespacios para televisión de hasta 1,5´ y spots de hasta 30´´.
    - Microespacios de radio de hasta 1,5´ y spots de hasta 30´´.
    - Páginas completas, ½ páginas y robapáginas para prensa.
    - Digital.
    - Vídeos divulgativos (hasta 3´).
    - Folletos (dípticos y trípticos).
    - Carteles informativos.
    - Banners y carruseles para página web corporativa.
    - Enaras, etc.
  - El diseño y maquetación de publicaciones, así como su distribución, en caso de que así sea solicitado por la Agencia.
  - Adaptación y actualización, en caso de ser necesario en el desarrollo de la ejecución del contrato, de la identidad corporativa del Programa para el desarrollo energético sostenible de Andalucía, conforme a las normas establecidas en el Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía, así como las medidas de información y publicidad de actuaciones cofinanciadas con Fondos Europeos FEDER.
2. Servicio de redacción, que incluirá, como mínimo:

FIRMADO POR	Mª TERESA ALONSO REGAÑA	24/01/2023	PÁGINA 5/28
VERIFICACIÓN	Pk2jmBKB2C9XHBUXLP6EAL3MA42549	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	

- El apoyo a la Agencia Andaluza de la Energía en los trabajos de elaboración de presentaciones, notas de prensa y envío a medios, elaboración de discursos, argumentarios para presentaciones públicas, así como redacción de informes.
  - El desarrollo de contenidos, corrección y control de calidad de publicaciones, microespacios, spots, artículos, folletos, página web de la Agencia, redes sociales, etc.
3. Servicio de asesoramiento y planificación, que incluirá, como mínimo:
- El asesoramiento en la estrategia y planificación de aquellas campañas que, en su caso, se planifiquen.
  - El asesoramiento para la página web, las redes sociales y el entorno online de la Agencia.
  - La monitorización de la presencia en medios (televisión, radio, prensa y on line) cuando así sea solicitado por la Agencia, y análisis de opinión, sentimiento y contenido de lo publicado, cuando así sea solicitado por la Agencia.
4. Otros servicios en materia de comunicación, que incluirán, como mínimo:
- La realización de reportajes fotográficos. Los gastos generados por el desplazamiento, incluidas las dietas y otros aspectos necesarios para la correcta prestación del servicio, corren por cuenta del adjudicatario.
  - La mediación y cursado ante los medios de acciones de comunicación de carácter específico y puntual (inserciones publicitarias, patrocinios, colaboraciones, compra de medios, etc.).
  - El diseño y producción de merchandising, si fuera necesario.
  - La entrega de la repercusión en medios escritos, audiovisuales y/o electrónicos de las actuaciones de comunicación llevadas a cabo en el marco de este contrato, así como de forma puntual cuando fuese requerida.
  - Facilitar datos relevantes sobre los medios para valorar la presencia, la gestión de recursos, el seguimiento y evaluación de las actuaciones y, en general, cualquier otro trabajo, de carácter específico y/o complementario relacionado con el objeto del contrato.
  - Traducción de los diferentes materiales producidos al inglés.

### 3. EMPRESAS LICITADORAS VALORADAS

Tomando en consideración todo lo anterior, el 28 de noviembre de 2022 se publicó en el Perfil del Contratante de la Junta de Andalucía el anuncio de la convocatoria de licitación mediante procedimiento abierto simplificado (artículo 159, apartados 1 a 5 de la LCSP) para la contratación del expediente **CONTR 2022 339101 Servicio de asistencia técnica para la difusión de las actuaciones del Programa para el desarrollo energético sostenible de Andalucía.**

El plazo de licitación finalizó el 14 de diciembre de 2022 a las 20:00 horas, siendo las empresas que han presentado ofertas, por orden alfabético, las siguientes:

- MARÍN Y ASOCIADOS, S.A.
- SPERTORIA, S.L.U.

FIRMADO POR	Mª TERESA ALONSO REGAÑA	24/01/2023	PÁGINA 6/28
VERIFICACIÓN	Pk2jmBKB2C9XHBUXLP6EAL3MA42549	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	

Con fecha 13 de enero de 2023 tuvo lugar la primera reunión de la mesa de contratación del referido contrato, procediéndose a la apertura del **sobre electrónico N°1“DECLARACIONES RESPONSABLES Y DOCUMENTACIÓN CORRESPONDIENTE A LOS CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN CUYA VALORACIÓN DEPENDE DE UN JUICIO DE VALOR”**. En la misma se examinó la documentación acreditativa de los requisitos previos, y se acordó **ADMITIR** a las dos empresas licitantes **MARÍN Y ASOCIADOS, S.A. y SPERTORIA, S.L.U, por presentar correctamente toda la documentación.**

Asimismo, tanto en el ANEXO IV del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares (PCAP) como en el apartado 5. Estructura y contenido de la oferta del Pliego de Prescripciones Técnicas, se establecía que la propuesta técnica o programa de trabajo para la difusión de actuaciones del programa para el desarrollo energético sostenible debía contener los siguientes apartados y contenidos, siguiendo estrictamente el siguiente orden:

1. Catálogo de actuaciones recogidas para cada uno de los 4 servicios incluidos en el apartado 4 del Pliego de Prescripciones Técnicas (especificando en cuál de ellos), que incluirá, al menos:
  - Una descripción de cada una de las actuaciones propuestas (se solicita descripción, no mera enumeración), público objetivo al que van dirigidas y justificación de las mismas en relación con la consecución de los objetivos de comunicación propuestos.
  - Estimación del número de horas dedicadas para la realización de cada una de las acciones propuestas, por todos los conceptos que se incluyan en la prestación de las mismas.
  - Ejemplos visuales de trabajos realizados similares a los propuestos.
2. Propuesta de funcionamiento, coordinación y gestión del contrato, con el siguiente contenido mínimo:
  - Un procedimiento para el encargo, mediante órdenes de trabajo (incluyendo una propuesta de contenidos de dichas órdenes), seguimiento y revisión de los trabajos previamente a su entrega a la Agencia, donde también se incluyan mecanismos para dar respuesta a las actuaciones de comunicación solicitadas por parte de la Agencia con urgencia, así como para el cumplimiento de los plazos de entrega.
  - Una propuesta de contenidos para los informes solicitados en el apartado 6 PLANIFICACIÓN Y SEGUIMIENTO DE LOS TRABAJOS del Pliego de Prescripciones Técnicas.
  - Una herramienta on-line que permita a la Agencia el seguimiento y control necesarios para la adecuada gestión del contrato.

De igual modo, en el referido anexo del PCAP, se recogía que la **oferta presentada debía de tener un máximo de 40 páginas**, contando portada y contraportada, incluyendo anexos o cualquier otra documentación adicional que introduzca la empresa; **no teniéndose en cuenta para la valoración el contenido del resto de las páginas.**

Tras examinar la documentación por la mesa de contratación se comprueba que la **empresa SPERTORIA, SLU presenta un “anexo I” tipo zip a la propuesta técnica donde se incluyen 7 archivos en formato avi, gif, mp3 y mp4**, a los que se alude mediante enlaces en diferentes folios de la propuesta

FIRMADO POR	Mª TERESA ALONSO REGAÑA	24/01/2023	PÁGINA 7/28
VERIFICACIÓN	Pk2jmBKB2C9XHBUXLP6EAL3MA42549	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	

bajo el nombre “Ejemplos similares en anexo I (zip) a la oferta”; los cuales **no podrán ser tenidos en cuenta en la valoración por no ser posible su visualización directa dentro de las 40 páginas establecidas** en el apartado 5 del Pliego de Prescripciones Técnicas, y en el Anexo IV del Pliego de Cláusulas Administrativas como extensión máxima de la oferta.

En este sentido, y abundando en lo anterior, se indica que dicha entidad **con fecha 13 de diciembre de 2022** y a través del correo electrónico establecido para obtener documentación e información en el anuncio de licitación, realizó la siguiente consulta: “*Para la presentación de "Ejemplos visuales de trabajos realizados similares a los propuestos", y teniendo en cuenta que la propuesta técnica no puede superar las 40 páginas, se aceptan enlaces?*”; respondiéndose en la misma fecha y por el mismo medio, lo siguiente: “*Tal y como se indica en la información remitida, en la propuesta deben incluirse “ejemplos visuales” de trabajos realizados, no siendo admitidos los enlaces, los cuales no permiten la visión directa en la propia oferta*”.

Dicha consulta fue expuesta en la sesión, quedando reflejada la cuestión tratada en la correspondiente acta de la mesa de contratación.

#### 4. CRITERIOS DE VALORACIÓN Y METODOLOGÍA APLICADA

La valoración de cada una de las ofertas presentadas se ha estructurado conforme a los siguientes apartados y criterios de adjudicación ponderables en función de un juicio de valor establecidos en el Anexo VII del PCAP, valorándose hasta un máximo de 25 puntos conforme al siguiente desglose:

• **19 puntos** para el **Catálogo de actuaciones recogidas para cada uno de los servicios objeto del contrato** en función de la siguiente escala:

Catálogo, que incluye la descripción de actuaciones, público objetivo, justificación, horas de dedicación y ejemplos visuales	Puntuación
No se detalla	0
Se describe de forma parcial el catálogo: descripción de actuaciones, público objetivo, justificación, horas de dedicación y ejemplos visuales.	1-8
Se describe adecuadamente el catálogo: descripción de actuaciones, público objetivo, justificación, horas de dedicación y ejemplos visuales.	9-13
Se describe con gran detalle y precisión el catálogo: descripción de actuaciones, público objetivo, justificación, horas de dedicación y ejemplos visuales.	14-19

• **6 puntos** para la **Propuesta de funcionamiento, coordinación y gestión del contrato** conforme a la siguiente escala:

Propuesta de funcionamiento y coordinación	Puntuación
No se detalla	0
Se describen de forma parcial el procedimiento de encargo seguimiento y revisión de los trabajos, la propuesta de contenidos de informes y herramienta on line.	1-2

Se describen adecuadamente el procedimiento de encargo seguimiento y revisión de los trabajos, la propuesta de contenidos de informes y herramienta on line.	3-4
Se describen con gran detalle y precisión el procedimiento de encargo seguimiento y revisión de los trabajos, la propuesta de contenidos de informes y herramienta on line, con un mayor grado de adecuación a los objetivos y finalidad del contrato.	5-6

Así, la **calidad técnica** de las propuestas se ha valorado conforme a los referidos **criterios de adjudicación ponderables en función de un juicio de valor establecidos en el ANEXO VII del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares**, en función de la descripción que hacen los licitadores de los contenidos en su propuesta técnica, de manera que dicha descripción permita conocer el alcance de la misma y su grado de adecuación a los objetivos del contrato que se establecen en el pliego, según los siguientes parámetros de las descripciones (señalados en el Apartado 5, ESTRUCTURA Y CONTENIDO DE LA OFERTA, del Pliego de Prescripciones técnicas):

- Parcial: aquellas descripciones que no comprendan todos los puntos requeridos como contenido de la propuesta o alguno/s de ellos no esté desarrollado.
- Adecuada: aquellas descripciones que desarrollen todos los puntos requeridos como contenido de la propuesta, si bien no se incluya un detalle pormenorizado o una exposición clara y precisa de los mismos.
- Gran detalle y precisión: aquellas descripciones que, desarrollando pormenorizadamente todos los puntos requeridos como contenido de la propuesta, sean claras, exactas y rigurosas en dicho desarrollo.

Asimismo, para clarificar al máximo posible la valoración realizada, **el presente informe recoge información descriptiva de lo ofertado por cada uno de los licitadores, que sirve como evidencia documental para argumentar y apoyar la valoración realizada.**

## 5. VALORACIÓN DE PROPUESTAS

A continuación, se detalla la valoración de las propuestas presentadas, ordenadas por orden alfabético y estructurada conforme a los apartados descritos en el punto 4 del presente informe.

### 5.1. MARIN Y ASOCIADOS, S.A.

La propuesta técnica realizada por MARIN Y ASOCIADOS, S.A. incluye el contenido mínimo requerido en el PPT y en el PCAP y se ha presentado siguiendo el orden establecido en los referidos pliegos.

#### 5.1.1 Catálogo de actuaciones recogidas para cada uno de los servicios objeto del contrato (Máximo 19 puntos)

Marín y Asociados, S.A empieza su **propuesta recordando los objetivos de comunicación que se detallan en el apartado 2 del Pliego de Prescripciones Técnicas**, a los que la empresa nombra como “principales”, para pasar a describir los “objetivos específicos o secundarios” en los que basará su oferta en función de “los diferentes públicos objetivos” y de las tres líneas de incentivos de las que se compone el Programa para el Desarrollo Energético Sostenible de Andalucía. Así, **describe de forma detallada el objetivo de comunicación y posibles destinatarios (recogiendo un amplio listado) en función de cada una de las 3 líneas de ayudas con las que cuenta el Programa** (Construcción Sostenible, Pyme Sostenible y Redes Inteligentes).

El **público objetivo** al que se dirigirá la empresa, y que define en las siguientes páginas, es **“la población andaluza en general, entre los que destaca tres grupos específicos**, que resultan de interés objetivo para la difusión del programa: Posibles beneficiarios de las medidas, entidades colaboradoras del Programa para el Desarrollo Energético de Andalucía, proveedoras de los bienes y servicios incentivables; y líderes de opinión y medios de comunicación (prescriptores)”. Para cada uno de estos grupos Marín y Asociados, S.A ofrece un **listado muy completo de receptores** y también introduce una **“Justificación de los Públicos Objetivos” detallando el porqué de su elección**.

Antes de pasar a describir el catálogo de actuaciones que proponen, realizan una descripción de la **“Estrategia de comunicación” que le sirve para enmarcar, justificar y dar sentido a nivel global a las actuaciones que presentan en su oferta** para alcanzar a cada uno de los objetivos de comunicación que indican, así como al público objetivo al que se dirigen. Una estrategia que definen como flexible y abierta para adaptarse a *“los posibles cambios o variaciones en las normativas energéticas, cambios tecnológicos o presupuestarios y/o necesidades de la AAE o propuestas que sugiera la agencia”*. Así mismo explica el eje de comunicación que seguirá y define y describe 6 “Líneas Estratégicas” y los conceptos “protagonistas” en las mismas.

Centrándonos en el **Catálogo de actuaciones para cada uno de los 4 servicios**, en los pliegos (punto 5 del PPT y Anexo IV del PCAP), **se solicita una descripción (no mera enumeración) de cada una de las actuaciones propuestas, indicando público objetivo** al que van dirigidas y **justificación** de las mismas en relación con la consecución de los objetivos de comunicación propuestos; así como **estimación del número de horas** dedicadas para la realización de cada una de las acciones propuestas, por todos los conceptos que se incluyan en la prestación de las mismas; y **ejemplos visuales de trabajos** realizados similares a los propuestos.

Marín y Asociados, S.A. presenta un Catálogo compuesto por **18 actuaciones** que se distribuyen entre los 4 servicios definidos en el Pliego de Prescripciones Técnicas. **En todas ellas, se incluye la descripción de la actuación, justificación en relación con la consecución de los objetivos de comunicación propuestos, público objetivo; organización, logística y plazos, y horas requeridas**.

La primera actuación que describe la empresa de manera muy precisa y detallada es **“Jornadas técnicas y/o encuentros empresariales”**, las cuales se realizarán para difundir el Programa y sus líneas de incentivo entre distintos públicos objetivos que detalla y justifica la utilidad de la organización de jornadas técnicas y sesiones en centros específicos y asociaciones empresariales. Para llevar a cabo esta actuación, Marín y Asociados, S.A señala que **se montarán dos enaras “para incrementar la difusión de la imagen de marca”, se repartirán en formato pdf “los documentos informativos de los que se trate en cada jornada o se remitirá a la web en la que deberán estar los documentos subidos en formato pdf editable (para facilitar a los medios la información a comunicar)”**.

Marín y Asociados, S.A. explica detalladamente la logística necesaria para su ejecución y señala los diferentes departamentos implicados en su organización con las funciones que desarrollarán (Departamento de Comunicación, responsable de Medios, Equipo de Diseño, Departamento de Producción, fotógrafo), así como el número de horas requeridas. Informa que esta actuación se incluye en el **Servicio 4 (Otros de comunicación)**.

La segunda actuación propuesta es **“Estrategia y planificación de medios publicitarios”** para establecer cuáles serán los medios de comunicación más idóneos con los que dar a conocer los principales mensajes a los públicos objetivos y para *“informar de la importancia de realizar mejoras de ahorro energético, de concienciar a la ciudadanía de la importancia de su compromiso medioambiental y su participación en la toma de medidas que favorezcan el consumo energético sostenible”*. La empresa explica qué incluirá el **diseño de Planes de Medios y especifica el público al que se dirige esta medida**. Señala la logística a llevar a cabo y detalla **algunas de las piezas publicitarias que se podrían diseñar** *“además de las ya especificadas en el pliego”*. Incluye las horas requeridas para llevar a cabo el plan de medios y remite al cuadro de horas que se encuentra en páginas posteriores para saber las necesarias para producir los diferentes elementos *“debido a la diversidad de piezas creativas susceptibles de ser diseñadas a disposición del AAE”*, y que se podrían incluir una vez cerrada la estrategia de campaña. Indica el plazo de ejecución de esta actuación que se enmarca en el **Servicio 3 (Asesoramiento y planificación)**.

Como tercera actuación del Catálogo la empresa ofrece la **“Organización de rueda de prensa”**, donde se realizará, entre otras medidas que señala, el *“diseño y gestión de convocatoria de Medios de Comunicación, elaboración de un dossier informativo | Entrega de folletos...”*. Ofrece una justificación de la medida en relación a los objetivos de comunicación propuestos similar a la de *“Jornadas técnicas y/o encuentros empresariales”* e indica el público al que se dirigirá, así como su plazo de ejecución y las horas necesarias para su organización. También explica la logística que conlleva su ejecución y relaciona que en ella participarán el Departamento de Comunicación, el Equipo de diseño y el Departamento de Producción. Esta medida se incluye en el **Servicio 4 (Otros de comunicación)**.

La **“elaboración de notas de prensa”** para *“informar de los mecanismos de financiación”* es la cuarta actuación que describe la empresa, que justifica para reflejar el *“papel de la AAE como gestora y promotora del Plan, destacando así también la importancia de que sea reconocido el Programa para el Desarrollo Energético Sostenible de Andalucía, como uno de los planes más exitosos de los emprendidos y/o gestionados por la Junta de Andalucía. Gracias también a la nota de prensa, posicionaremos adecuadamente el papel de los Organismos Públicos implicados en el plan, destacando además a los Organismos Europeos y dando visibilidad una vez más a la Política de cofinanciación (Fondos FEDER)”*. Define el público objetivo al que se dirigirá, la logística -con los departamentos que participarán-, así como su plazo de ejecución y las horas para su organización, incluyendo esta medida en el **Servicio 2 (Redacción)**.

Para conocer la calidad y cantidad de apariciones en prensa de las informaciones publicadas por los medios de comunicación cada vez que se envíe una nota de prensa la empresa propone una quinta actuación, el **“Seguimiento de medios (Clipping)”**, **justificando la utilidad de la misma, así como el público al que pretende llegar con ella. Especifica los departamentos que participarán y describe las tareas que realizarán, así como los plazos y las horas requeridas**. En este sentido, explica que si es un seguimiento puntual de una nota de prensa el plazo de ejecución será de 3 días, lo que requerirá 62,5 horas. Se entiende que en esta cifra se ha podido cometer un error al trasladar los tres días de seguimiento a horas requeridas de trabajo. Engloba esta actuación en el **servicio 3 (Asesoramiento y planificación)**.

Para valorar los objetivos conseguidos y supervisar las medidas que, en su caso, sean necesarias realizar para mejorar o ampliar las actuaciones, Marín y Asociados, S.A propone como sexta

actuación la **“Elaboración de informes de valoración cuantitativos de apariciones en medios online”** en formato pdf. De esta forma, asegura, podrán *“controlar, medir y valorar las apariciones en medios, del Programa Operativo y sus líneas de Incentivos para conocer así la repercusión mediática de las actuaciones comunicativas llevadas a cabo”*; para lo que utilizarán *“herramientas de análisis para cada acción”*; si bien no especifica a qué herramientas se refiere. Señala el público al que dirigirá esta actuación, que señalan está integrada en el **Servicio 3 (Asesoramiento y planificación)**, e indica que participarán en la misma los Departamentos de Comunicación y el de Medios, de los que describe las tareas que realizarán, así como los plazos y las horas requeridas.

**Campaña en redes sociales (Facebook, Twitter, Tik Tok, Youtube e Instagram)** es la séptima actuación propuesta. Desde el título, la empresa nos dice en qué redes sociales llevaría a cabo la campaña, aunque en el desarrollo de la misma leemos que añade una red más, *“además se establecerá una campaña en Google Adwords, y se diseñarán los anuncios acordes con la imagen del programa”*; pero no vuelve a nombrar *Tik Tok*, que sí aparece en el enunciado. Con ellas pretende *“llegar a más personas de nuestro Público Objetivo, que es la población andaluza en general”*. Define que lo hará mediante *“un briefing”*, del que señala lo que contendrá, y el diseño de piezas específicas para dos de las redes sociales. En esta actuación participarán los Departamentos de Comunicación, diseño y producción, fija un plazo de ejecución e indica el número de horas requerida por tarea. Señala que esta acción está incluida en los **Servicios 1 (Diseño, maquetación y/o producción) y 3 (Asesoramiento y planificación)**.

Marín y Asociados, S.A propone en su octava actuación la **“Gestión de contenidos Community Manager. Campaña en redes sociales propias de la AAE”**. Explica la finalidad que pretende con esta actuación, especifica exactamente el público al que pretende llegar e indica que en su logística participarán los Departamentos de Comunicación, diseño y producción, detallando algunas de las medidas que diseñarán. Señala el plazo de ejecución que tendrá esta acción, especifica el número de horas por tareas y los incluye en 3 de los servicios, que nombra.

Además de todo lo exigido en el pliego, la empresa informa que *“se realizará el diseño de todas aquellas piezas en formato digital que puedan ser diseñadas para su futura difusión en webs/diarios digitales”*, por lo que propone la actuación novena **“Diseño y producción de piezas creativas para medios de comunicación digitales”**, con las que difundirá la imagen de la Agencia, *“el Programa y las líneas de incentivos, que nos ayuden a mostrar el mensaje de la manera más clara, creativa y directa, que llegue a cada público objetivo”*. Define el público objetivo y lo que hará para llegar a él, proponiendo el diseño de una serie de elementos publicitarios (que nombra) y explica cuál será su función, y se muestra abierto a realizar *“cualquier pieza digital”*. Los departamentos implicados en esta actuación serán los de Comunicación y Diseño, para lo que describe las tareas que desarrollarán, cómo será el procedimiento de coordinación, así como el número de horas requeridas para realizarlas, para lo que deriva al cuadro de horas que presenta en páginas posteriores *“debido a la diversidad de piezas creativas susceptibles de ser diseñadas a disposición de la AAE”*. Esta acción la ubica en el **Servicio 1 (Diseño, maquetación y/o producción)**.

**“Diseño y producción de folletos informativos en función de las necesidades de comunicación y acordes a cada público objetivo”** se presenta como décima actuación. La empresa propone realizar el *“diseño, maquetación y producción”* de un díptico, indicando el número de páginas que tendrá, los idiomas a los que se traducirá, los formatos en los que lo realizará, así como su función. Un elemento que *“permitirá difundir la imagen de la AAE e informar de las ventajas y beneficios del*

FIRMADO POR	Mª TERESA ALONSO REGAÑA	24/01/2023	PÁGINA 12/28
VERIFICACIÓN	Pk2jmBKB2C9XHBUXLP6EAL3MA42549	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	

*Programa de Desarrollo Energético Sostenible en Andalucía, ya que es uno de los Programas más exitosos emprendidos por la Junta de Andalucía. Más de 140.000 actuaciones, de las que se han beneficiado ciudadanos y empresas y que ha supuesto una inversión de más de 1.000 millones de €". Informa que "se realizarán tantas adaptaciones al folleto como sean necesarias". La empresa informa del público entre el que se difundirá y explica los Departamentos que participarían en su ejecución, describiendo las tareas a realizar por cada uno, así como el plazo de ejecución. Así mismo, refleja las horas requeridas para llevar a cabo la actuación matizando que, si "la AAE decide otro formato más idóneo, en el cuadro de horas están reflejados los diferentes tipos de folletos posibles". Recoge esta acción en los **Servicios 1 y 2**.*

Como actuación designada al **Servicio 1 (Diseño, maquetación y/o producción)**, la empresa propone la realización de un **"Manual básico de identidad corporativa del Programa para el desarrollo energético sostenible de Andalucía y su aplicación a cada línea de incentivos"** para que *"toda la comunicación interna y externa del Programa sea fácilmente identificable y tenga una normativa por la que todos los actores implicados se rijan. Para diferenciarlo de una forma rápida visualmente"*. Explica los públicos objetivos a los que se dirigirá y por qué. La empresa informa qué departamento se encargará de esta actuación, así como de los plazos de ejecución y horas requeridas.

Marín y Asociados, S.A propone diseñar un cartel informativo **formato A3/ 60x90 cm** o una infografía (2D) para difundir cada una de las líneas del Programa de Incentivos en su duodécima actuación, **"Elaboración de cartelería e infografías (2D) para informar a cada público objetivo"**. Se harán *"tantos carteles como públicos objetivos a los que dirigir el mensaje, y tantos carteles como acciones incentivables sea necesario difundir"*, explicando qué espera conseguir con ellos. La empresa informa qué departamentos se encargarán de esta actuación, incluida en **Servicios 1 (Diseño, maquetación y/o producción) y 2 (Redacción)**, así como de los plazos de ejecución y horas requeridas.

En el **Servicio 1 (Diseño, maquetación y/o producción)**, la empresa licitadora coloca la decimotercera actuación que propone, **"Diseño y producción de enara (Roll-up), frontis y Photocall"**. En concreto, 2 Enaras (Roll-up) para *"comunicar la identidad de la AAE"* y *"comunicar el Programa de incentivos de la AAE"*, para cada jornada y/o encuentro, que se colocarán en lugares estratégicos *"y explica para qué eventos se podrían hacer. Relata también que se diseñarán "elementos auxiliares de identidad"; detallando los mismos y el público objetivo al que se dirigirá"*. Informa que de esta actuación se encargará el departamento de Diseño e indica el plazo de ejecución y horas requeridas.

Su décimo cuarta actuación es **"Merchandising o material promocional para la AAE y para cada línea de incentivos del Programa para el desarrollo energético sostenible de Andalucía"**, la cual justifica correctamente, señalando también los públicos objetivos. Informa qué departamentos se encargarán de esta actuación incluida en dos de los servicios, así como de los plazos de ejecución y horas requeridas.

La **"Elaboración de elementos de señalética del Programa para el desarrollo energético sostenible de Andalucía y de cada línea de incentivos del Programa"**, para difundir y posicionar *"la identidad de la AAE y el Programa de Desarrollo Energético en la Comunidad Andaluza con el fin de llegar a las empresas colaboradoras andaluzas implicadas en el Programa"*, es la decimoquinta actuación que describe Marín y Asociados, S.A. Dentro de esta actuación explican el material identificativo que diseñarán, cómo lo harán y el público objetivo al que se dirigirán.

FIRMADO POR	Mª TERESA ALONSO REGAÑA	24/01/2023	PÁGINA 13/28
VERIFICACIÓN	Pk2jmBKB2C9XHBUXLP6EAL3MA42549	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	

En la explicación de la logística, donde no refiere en esta ocasión los departamentos implicados, aunque no era un dato exigido en el Pliego, la empresa comenta que *“el plazo de entrega del elemento producido dependerá de cada pieza”* por lo que explica el tiempo necesario para producir los elementos que propone. Plantea el número de horas requerido para esta actuación, la cual engloba en el **Servicio 1 (Diseño, maquetación y/o producción)**.

La justificación que ofrece Marín y Asociados, S.A. para plantear su decimosexta actuación **“Elaboración de contenidos audiovisuales para cada línea de incentivos y para cada público objetivo”** es que, de esta manera, se dispone *“de una herramienta de comunicación potente”* y explica en qué entornos podrían utilizarse. Por ello, prevé realizar **distintos videos motion que explica cómo serán y sobre qué informarán**, *“todo ello sin olvidar cualquier requerimiento técnico exigido en el pliego técnico de la licitación”*. Los **contenidos** de los que tratará el audiovisual, según la empresa *“podrán ser generalistas o específicos en función de la línea del programa incentivable”*. Detalla los públicos a los que se dirigirá y señala los departamentos implicados en su ejecución y el plazo para hacerlo. Respecto a las horas requeridas, la empresa escribe que *“debido a la disponibilidad presupuestaria de la AAE y a la diversidad de formatos audiovisuales a disposición de la AAE (duración, 2D, 3D, etc.)”*. Parece que falta parte del texto explicativo. Por analogía con el resto de actuaciones descritas anteriormente, se interpreta que lo que falta es la referencia al cuadro de horas que presenta en páginas posteriores, en el que, efectivamente, se desglosan los formatos indicados en esta actuación; la cual está englobada en el **Servicio 1 (Diseño, maquetación y/o producción)**.

Como actuación número 17 la empresa propone **“Cuñas de radio, microespacios y menciones”**, con un mensaje *“claro y directo para que alcance y sea efectivo entre los públicos objetivo”* de *“hasta 30”* a dos voces para cada una de las acciones incentivables que sea necesario comunicar”. Un público objetivo que no señala directamente porque *“en función de las campañas de medios planificadas el mensaje de la cuña de radio se adaptará al público objetivo seleccionado”*. Describe el procedimiento de funcionamiento, así como el plazo de ejecución y horas requeridas para esta actuación, que se engloba en el **Servicio 1 (Diseño, maquetación y/o producción)**.

Para finalizar su Catálogo de actuaciones, Marín y Asociados, S.A propone la **“Elaboración base de datos de medios de comunicación”**, haciendo *“especial hincapié en medios especializados en sector energético, para difundir de forma más eficaz el Programa de la AAE”*. Así, la empresa plantea esta medida *“para poder enviar las comunicaciones de la Agencia Andaluza de la Energía sobre el Programa de Desarrollo Energético Sostenible de Andalucía”* y propone también diseñar un *“mailing con la información a difundir a través de los medios de comunicación”*, indicando a través de qué plataforma lo hará. El público al que se dirige son los medios de comunicación. La empresa señala la logística, así como el plazo de ejecución y horas requeridas de esta actuación, que se integra en los **Servicios 1 (Diseño, maquetación y/o producción) y 4 (Otros de comunicación)**.

Además, en las siguientes páginas de este primer apartado de la oferta, la empresa muestra una tabla resumen por cada servicio solicitado en el pliego técnico, donde se visualiza la **estimación de horas requeridas para cada servicio (horas/unidad)**. También expone **22 ejemplos de trabajos realizados**, donde ha añadido *“Street marketing”* que, en un principio, no está planteada por la empresa entre las actuaciones del Catálogo propuesto.

#### VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO

FIRMADO POR	Mª TERESA ALONSO REGAÑA	24/01/2023	PÁGINA 14/28
VERIFICACIÓN	Pk2jmBKB2C9XHBUXLP6EAL3MA42549	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	

Tal y como se ha señalado anteriormente, la Agencia Andaluza de la Energía, en el punto 5 del Pliego de Prescripciones técnicas, así como en el Anexo IV del PCAP, solicitaba un Catálogo de actuaciones **para cada uno de los 4 servicios** reflejados en el punto 4 del Pliego de Prescripciones Técnicas (Servicio de diseño, maquetación y/o producción, Servicio de redacción, Servicio de asesoramiento y planificación, y Otros servicios en materia de comunicación), especificando en cuál de ellos se encuadrarían; que incluirá, al menos, **una descripción de cada una de las actuaciones propuestas** (se solicita descripción, no mera enumeración), **público objetivo** al que van dirigidas y **justificación** de las mismas en relación con la consecución de los objetivos de comunicación propuestos; **estimación del número de horas** dedicadas para la realización de cada una de las acciones propuestas, por todos los conceptos que se incluyan en la prestación de las mismas; y ejemplos visuales de trabajos realizados similares a los propuestos.

Marín y Asociados, S.A plantea en su Catálogo **18 actuaciones**, que distribuye entre los cuatro servicios solicitados por la Agencia. **Todas las actuaciones se describen con gran detalle y precisión, se justifican en relación con la consecución de los objetivos de comunicación propuestos**, los cuales se describen pormenorizadamente en las páginas iniciales del documento, y se **señala el público objetivo al que van dirigidas**, el cual también detalla muy exactamente en las primeras páginas de la propuesta. Adicionalmente, describe la estrategia de comunicación diseñada para enmarcar y justificar a nivel global las actuaciones que presentan en su oferta para alcanzar cada uno de los objetivos de comunicación que han indicado, así como el público objetivo al que se dirigen. En el catálogo aportado, la empresa **explica y justifica todos los elementos y materiales de comunicación que llevará a cabo**, así como los **formatos** que utilizará, la **logística** que desarrollará, el **personal implicado** en su realización, **plazos de ejecución y estimación de horas**, las cuales se representan, **para mayor clarificación y comprensión de la oferta, en cuadros resumen divididos por actuación y servicio**. Así mismo, introduce **22 ejemplos visuales de trabajos realizados similares a los propuestos**.

Tomando en consideración todo lo anterior, conforme a los criterios de adjudicación ponderables en función de un juicio de valor establecidos en el anexo VII del PCAP, dado que **la empresa describe “con gran detalle y precisión el catálogo: descripción de actuaciones, público objetivo, justificación, horas de dedicación y ejemplos visuales”**, este criterio se ha **valorado con una puntuación total de 17,5 puntos**.

#### 5.1.2 Propuesta de funcionamiento, coordinación y gestión del contrato (Máximo 6 puntos)

La propuesta de funcionamiento, coordinación y gestión del contrato solicitada, que se valora con un máximo de 6 puntos, debe contener como mínimo, un procedimiento para el encargo mediante órdenes de trabajo para las que debe proponerse qué contenidos incluirá; seguimiento y revisión de los trabajos previamente a su entrega a la Agencia que incluya mecanismos para dar respuesta a las actuaciones de comunicación solicitadas con urgencia, así como para el cumplimiento de los plazos de entrega; una propuesta de contenidos para los informes solicitados en el apartado 6 PLANIFICACIÓN Y SEGUIMIENTO DE LOS TRABAJOS del Pliego de Prescripciones Técnicas y una herramienta on-line que permita a la Agencia el seguimiento y control necesarios para la adecuada gestión del contrato.

Marín y Asociados, S.A **sigue la estructura establecida en el PPT, plasmando todo el contenido indicado para el apartado 2 del punto 5 del PPT**, si bien no lo ha titulado expresamente “Propuesta de funcionamiento, coordinación y gestión del contrato”.

Dentro de la sección **“Procedimiento para el encargo, seguimiento, mecanismos, plazos de entrega y urgencia”**, la empresa licitadora explica que compartirá con la Agencia Andaluza de la Energía toda la información *“a través de Microsoft Sharepoint, un servidor virtual que permite tener acceso inmediato y actualizado de la información”*; entendiéndose que esta sería la herramienta on line que permitirá a la Agencia el seguimiento y control necesarios para la adecuada gestión del contrato.

Hace referencia a lo señalado en el pliego sobre que la puesta en marcha de los encargos se hará a partir de una OT (Orden de trabajo), para lo que matiza *“será preciso que la AAE facilite la información detallada para que el equipo de Marín Asociados elabore un briefing (en los casos que se estime oportuno) con el alcance de las necesidades solicitadas”*, las cuales pueden tratarse en una reunión técnica para un mayor detalle. Una vez se consensue el briefing, la empresa explica cómo se estructurará dicha OT e indica que la Agencia estará informada en todo momento del estatus de cada encargo con acceso continuo a todas las personas implicadas en el contrato de quienes se facilitarán los contactos.

En cuanto al procedimiento de encargo en sí, la empresa lo describe con detalle recogiendo todo lo contemplado en el apartado 6 de los pliegos técnicos. Matiza que *“en el caso de que intervengan proveedores en los encargos realizados, los cómputos de los plazos de producción se devengarán a partir de la aprobación de los artes finales, guiones, storyboard, etc.”*. Añade también que la Agencia podrá solicitar pruebas a color de los artes finales que considere oportuno y que únicamente se mandarán a producir o grabar las piezas creativas una vez la Agencia apruebe la versión final.

Bajo el epígrafe **“Procedimiento de urgencia”**, la empresa detalla que todos los días de 07:30 a 23:30 horas habrá a disposición de la Agencia dos números de teléfono móvil (Teléfono de Agencia y el del Jefe de Proyecto) disponibles para *“notificar, comunicar o pedir alguna información, sugerencia, trabajo de última hora o cualquier requerimiento que sea necesario para el correcto funcionamiento de la campaña”*, ya sea vía WhatsApp, llamada telefónica o sms, y si se estima necesario *“se habilitará un mail de urgencia disponible únicamente para la AAE”*. Explica los tiempos por tipo de servicio en los que será atendida la solicitud de la Agencia, comprometiéndose a cumplir todos los plazos señalados.

En cuanto al procedimiento para **“trabajos revisados y supervisados”**, Marín y Asociados, S.A explica que, una vez formalizado el encargo de la Agencia en base a los tiempos estipulados, la empresa *“facilitará los bocetos para la aprobación y/ o comentario de la AAE”*; los cuales se enviarán por correo electrónico *“y cada pieza llevará asignada el código alfanumérico de la OT así como una breve descripción del concepto del trabajo, la fecha de edición así como el número de la revisión”*; e incluye un ejemplo para que se entienda la referencia. Continúa su argumentación exponiendo que, tras la aprobación de la pieza creativa, se elaboraría el arte final, que será enviado a la Agencia para su aprobación y explica cómo serán nombrados los archivos. Aunque la empresa no lo ha incluido dentro de este apartado, dificultando así su comprensión, en las páginas finales de su propuesta explica el flujograma de trabajo con los distintos departamentos de la empresa, entre los que se incluye el Departamento de calidad. De igual modo, antes de describir el procedimiento de urgencia, sí indicó que siguiendo su procedimiento de calidad *“únicamente se mandarán a producir o grabar las piezas creativas una vez la Agencia apruebe la versión final”*.

En el apartado **“Propuesta de contenidos de las OT e informes”** la empresa licitadora detalla todos los campos que contendrá la OT, indicando el control del estatus de los encargos y el documento de

FIRMADO POR	Mª TERESA ALONSO REGAÑA	24/01/2023	PÁGINA 16/28
VERIFICACIÓN	Pk2jmBKB2C9XHBUXLP6EAL3MA42549	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	

control que se generará, del que indica su índice. La empresa aporta una imagen cuyo contenido no entendemos qué ha querido expresar.

En este sentido, se recuerda que en el apartado 6 “Planificación y seguimiento de los trabajos” del PPT se detalla que la empresa adjudicataria elaborará “en un plazo máximo de 2 días desde la solicitud de la Agencia, una estimación de los medios necesarios para la ejecución de la acción, indicando la descripción pormenorizada de los trabajos a realizar (incluyendo su relación con el cumplimiento de los objetivos descritos en el apartado 2 del presente pliego), las personas del equipo de trabajo implicadas, el número de horas de servicios necesarias, importe total y plazo de ejecución. En las órdenes de trabajo se especificará el importe y la descripción de los gastos específicos de la empresa adjudicataria necesarios para la realización de las actuaciones. La Agencia analizará la estimación presentada por la empresa y, si es adecuada, dará su conformidad y las instrucciones necesarias al jefe del Proyecto para el inicio de la tarea. En caso de no serlo, solicitará las modificaciones necesarias”. A este respecto, **Marín y Asociados, S.A. da respuesta de manera detallada y pormenorizadamente a todo lo recogido en el PPT respecto a este punto.**

En el apartado “**Contenido de informes**” podemos leer que “*mensualmente se facilitará un informe ejecutivo del desarrollo del plan de comunicación. En la medida de lo posible este informe se presentará en la reunión de seguimiento y coordinación mensual del proyecto*”. La empresa especifica que contendrá una parte técnica y otra económica, que estará siempre disponible y accesible en Microsoft Sharepoint, y **describe detalladamente los aspectos que contendrá, los cuales abarcan los señalados en el referido apartado 6 “Planificación y seguimiento de los trabajos” del PPT.** En este sentido, hay que destacar que, para dar respuesta al indicador “relación con el cumplimiento de los objetivos descritos en el apartado 2 del presente pliego” la empresa propone una metodología con dos propuestas para valorar este cumplimiento en las órdenes ya ejecutadas y facturadas.

Sobre el **contenido del informe final**, la empresa explica cómo será el documento y lo que contendrá donde también incluirá “*los datos agregados de los resultados del grado de cumplimiento de los objetivos que mes a mes se habrán incluido en los informes mensuales*”. El informe también mostrará todos los detalles económicos de los trabajos realizados detallando OT y facturas, y se incluirán de una manera fácil de visualizar, según la empresa. Por lo tanto, también se da cumplimiento de manera exhaustiva al contenido mínimo establecido en el **apartado 6 “Planificación y seguimiento de los trabajos” del PPT.**

Para finalizar, y aunque no se solicitaba en el apartado 5 del Pliego de Prescripciones Técnicas, la empresa incluye el apartado “Equipo de trabajo. Organización y logística”, donde presenta un organigrama con las personas que componen los diferentes departamentos, un flujograma de trabajo y una descripción de los CV del equipo de trabajo. También presenta un listado de los medios técnicos con lo que cuenta para la ejecución de este contrato.

#### VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO

Marín y Asociados, S.A. realiza una **propuesta de funcionamiento, coordinación y gestión del contrato muy completa, describiendo adecuadamente el procedimiento para el encargo de los trabajos, así como su seguimiento**, indicando el **contenido que deberán contener las órdenes de trabajo y el mecanismo para dar respuesta a las solicitudes realizadas con urgencia** de los trabajos, el cual **se explica muy detalladamente y con gran exactitud**. También se **detalla muy correctamente la propuesta de contenidos para los informes solicitados** en el apartado 6 del PPT.

FIRMADO POR	Mª TERESA ALONSO REGAÑA	24/01/2023	PÁGINA 17/28
VERIFICACIÓN	Pk2jmBKB2C9XHBUXLP6EAL3MA42549	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	

No obstante, lo anterior, **faltaría describir con mayor precisión el procedimiento para la revisión de los trabajos** previamente a su entrega a la Agencia, para el **cumplimiento de los plazos de entrega**, así como **herramienta on line** para el control de la gestión del contrato, aunque conocemos que será Microsoft Sharepoint.

Tomando en consideración todo lo anterior, conforme a los criterios de adjudicación ponderables en función de un juicio de valor establecidos en el anexo VII del PCAP, dado que **la empresa “adecuadamente el procedimiento de encargo seguimiento y revisión de los trabajos, la propuesta de contenidos de informes y herramienta on line”**, este criterio se ha **valorado con una puntuación total de 4 puntos**.

### 5.1.3. Total Valoración MARIN Y ASOCIADOS, S.A. (máximo 25 puntos)

Por todo ello, la valoración total de **Marín y Asociados, S.A** para su propuesta para la difusión de actuaciones del Programa para el desarrollo energético sostenible de Andalucía en función de los criterios de adjudicación ponderables en función de un juicio de valor establecidos en el anexo VII del PCAP **se sitúa en 21,5 puntos sobre un máximo de 25**.

**Marín y Asociados, S.A.** obtiene una **valoración total**, en función de los criterios de adjudicación ponderables en función de un juicio de valor establecidos en el anexo VII del PCAP, **de 21,5 puntos sobre 25**:

- 17,5 puntos por el Catálogo de actuaciones recogidas para cada uno de los 4 servicios incluidos en el apartado 4 del Pliego de Prescripciones Técnicas.
- 4 puntos por la Propuesta de funcionamiento, coordinación y gestión del contrato.

En el 2.2. *Umbral mínimo de puntuación necesaria para continuar en el proceso selectivo* de ese mismo anexo VII se señala que “No se tendrán en cuenta y quedarán excluidas de la licitación las ofertas que tras la valoración de los criterios ponderables en función de un juicio de valor no hayan alcanzado el umbral mínimo 12,5 (sobre los 25 puntos máximos)”. A este respecto, **Marín y Asociados, S.A. alcanzaría el umbral mínimo requerido de 12,5 puntos**.

## 5.2 SPERTORIA, S.L.U.

La propuesta técnica realizada por SPERTORIA, S.L.U. incluye el contenido mínimo requerido en el PPT y en el PCAP y se ha presentado siguiendo el orden establecido en los referidos pliegos.

### 6.1.1 Catálogo de actuaciones recogidas para cada uno de los servicios objeto del contrato (Máximo 19 puntos)

Spertoria, SLU comienza su oferta recordando lo indicado en el PPT sobre la necesidad de llevar a cabo este contrato para “proporcionar a la ciudadanía información práctica y concreta de las posibilidades y resultados de las actuaciones cofinanciadas con fondos europeos FEDER para el impulso del desarrollo energético de Andalucía, mediante un enfoque atractivo, traduciendo las características técnicas de los proyectos y acciones a un lenguaje asequible y claro para todo tipo de público”.

Incluye un índice con el orden de apartados requerido, así como otros dos apartados adicionales:

- “Objetivo”, donde señala que *“los destinatarios del Programa para el Desarrollo Energético Sostenible de Andalucía, según la Orden de diciembre de 2016, son básicamente CIUDADANÍA, en*

*sus diferentes papeles y funciones sociales” y que el mismo establece “objetivos claros para la asistencia técnica en información y comunicación: realizar actuaciones destinadas a dar transparencia al mismo para, así, trasladar a los CIUDADANOS las posibilidades que ofrece”. De esta forma, indica que se centrarán en estos fines y que no contemplarán “la distribución de contenidos segmentados, más que por los usos y costumbres de los usuarios y receptores y por la franja de edad que sea cubierta por cada medio. Pero no por sus cualidades sociales y/o profesionales. O sea, nos dirigiremos a la población andaluza en general. Sin otra distinción”.*

- El otro apartado añadido es “Narrativa”, donde se lee únicamente que “la narrativa será asertiva y sencilla, tanto la visual como la redaccional, de manera que resulte muy comprensible para la mayoría de la población. En todos los casos se tratará de estimular a la ciudadanía, a través del discurso o del ejemplo que centre cada soporte, para que se interese por el Programa y sus posibilidades como para que valore positivamente el desarrollo energético sostenible en Andalucía y las instituciones que lo promueven”.

Centrándonos en el **Catálogo de actuaciones para cada uno de los 4 servicios**, en los pliegos (punto 5 del PPT y Anexo IV del PCAP), **se solicita una descripción (no mera enumeración) de cada una de las actuaciones propuestas, indicando público objetivo** al que van dirigidas y **justificación** de las mismas en relación con la consecución de los objetivos de comunicación propuestos; así como **estimación del número de horas** dedicadas para la realización de cada una de las acciones propuestas, por todos los conceptos que se incluyan en la prestación de las mismas; y **ejemplos visuales de trabajos** realizados similares a los propuestos.

Spertoria, SLU introduce 8 propuestas de actuaciones para el **“Servicio de diseño, maquetación y/o producción”**, si bien, entrando en cada una de ellas, hace un desglose de tareas que se englobarían, además, en otros servicios distintos al señalado en este apartado, sin añadir alguna explicación adicional, lo que dificulta mucho la comprensión del catálogo presentado para este servicio.

Así, propone la realización de **“Videos/Microespacios audiovisuales”** reflejando que “los videos tendrán una duración preferentemente no superior a los 2 minutos y aún menores. Nuestra propuesta es realizar tantos como sea necesario, de manera que apoyemos la campaña en este tipo de soportes. Se realizarán de acuerdo con los requisitos técnicos del medio de emisión, ya sea Internet o televisión. En caso de tratarse de una emisión prevista en TV, se adaptarán a los tiempos de contratación previstos”. Indica las horas que dedicará por pieza, las cuales desglosa por tareas, y el público al que se dirigirá. Respecto a la justificación de esta actuación en relación con la consecución de los objetivos de comunicación propuestos, señala que “los audiovisuales deberán ser aptos, especialmente, para su visualización a través de Internet, teniendo en cuenta la posibilidad de compartirlos. Internet y las RRSS son los canales más potentes y más eficientes para la difusión de este tipo de contenidos”. No introduce ejemplos visuales dentro de su oferta técnica puesto que remite a un archivo mp4 en Anexo 1(zip), el cual no puede ser valorado, tal y como se ha señalado en el apartado 3 del presente informe.

La empresa titula esta actuación como “Videos y microespacios audiovisuales” pero **no distingue entre ambos formatos, señalando la misma duración para los dos** y alegando que según el medio se realizarán de acuerdo con los requisitos técnicos de emisión. **No describe qué contenidos se podrían divulgar, en qué red social o cómo se planificarían estos videos y microespacios** que podrían emitirse en internet o televisión; medios de comunicación con unas características muy

FIRMADO POR	Mª TERESA ALONSO REGAÑA	24/01/2023	PÁGINA 19/28
VERIFICACIÓN	Pk2jmBKB2C9XHBUXLP6EAL3MA42549	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	

diferentes y donde, en función de cada uno, el tiempo es muy importante, en el primero por el coste que tiene cada minuto emitido, y en el segundo, porque los videos excesivamente largos corren el riesgo de no visualizarse. Al señalar el público objetivo indica “General”, matizando que serán “Usuarios de internet y de las redes sociales”, sin explicar en algún momento si se refiere a Instagram, Twitter, Facebook, YouTube u otra red social. En la **justificación, la cual no se relaciona con la consecución de los objetivos de comunicación propuestos**, se vuelve a insistir en que serán aptos *“especialmente, para su visualización a través de internet”*.

Como segunda actuación Spertoria, SLU propone **“Anuncios para TV”**, especificando que serán para *“la televisión convencional”* y que tendrán un formato **“estándar de 20” y estarán producidos y realizados técnicamente en formato adecuado a su emisión**. Explica las horas que dedicará y las desglosa por tareas. Refleja que estos anuncios se dirigirán a un público objetivo “General”. No introduce ejemplos visuales dentro de la oferta, puesto que remite a un archivo mp4 en Anexo 1(zip), el cual no puede ser valorado, tal y como se ha señalado en el apartado 3 del presente informe.

La empresa **no describe qué contenidos se podrían divulgar o cómo se planificarían y tampoco existe una justificación de esta actuación en relación con la consecución de los objetivos de comunicación propuestos.**

**“Cuñas y microespacios de radio”** es la tercera actuación propuesta por Spertoria, SLU, en cuya descripción señala que serán *“cuñas estimulantes que generen interés en descubrir más detalles del Programa de la campaña. Las cuñas tendrán una duración tipo de 20”, que es el estándar de la radio comercial española*. La empresa especifica las horas que dedicará por pieza, las cuales desglosa por tareas, y refleja que se dirigirán a un público *“General. Inserciones en segmentos de gran audiencia”*. No introduce ejemplos visuales dentro de la oferta técnica, puesto que remite a dos archivos mp3 en Anexo 1(zip), el cual no puede ser valorado, tal y como se ha señalado en el apartado 3 del presente informe.

La empresa **no define qué se entiende por “cuñas estimulantes”, ni describe qué contenidos o “detalles del Programa de la campaña” se podrían divulgar, en qué medios o cómo se planificarían.** La empresa **tampoco justifica esta actuación en relación con la consecución de los objetivos de comunicación propuestos.**

Spertoria, SLU informa sobre las horas que dedicará por cada pieza a **“Originales publicitarios para prensa”**, horas que desglosa según el servicio al que se adscriben las tareas. En esta cuarta actuación propuesta dentro del Catálogo de actuaciones recogidas para el servicio de diseño, maquetación y/o producción, la empresa indica que *“estarán conectados temáticamente con las narrativas desarrolladas en los audiovisuales”*, narrativas que no fueron descritas en la actuación **“Vídeos/Microespacios audiovisuales”** a la que hace mención y que tampoco se están describiendo en esta. Especifica que estos originales para prensa se dirigirán a un público *“con cierta formación y nivel adquisitivo”*, **sin explicar cómo se podría segmentar la población por esa división que, además, contradice lo que la propia empresa reflejó en el apartado “Objetivo” de su oferta** donde mencionaba que no contemplarían *“la distribución de contenidos segmentados, más que por los usos y costumbres de los usuarios y receptores y por la franja de edad que sea cubierta por cada medio. Pero no por sus cualidades sociales y/o profesionales. O sea, nos dirigiremos a la población andaluza en general. Sin otra distinción”*. La justificación que ofrece para esta actuación es que *“la publicidad en medios impresos es cada vez menos relevante pero aún es necesaria, sobre todo para fijar mensajes en determinados sectores y para alcanzar a ciertos órganos decisivos”*. **Se desconoce**

FIRMADO POR	Mª TERESA ALONSO REGAÑA	24/01/2023	PÁGINA 20/28
VERIFICACIÓN	Pk2jmBKB2C9XHBUXLP6EAL3MA42549	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	

**qué ha querido decir la empresa con “órganos decisivos” y cómo llegará el medio impreso “cada vez menos relevante” a “fijar mensajes” (los cuales no describe)** en “determinados sectores”, que deben suponerse son los que refleja en el público objetivo como “con cierta formación y nivel adquisitivos”. Asimismo, la actuación no está justificada en relación con la consecución de los objetivos de comunicación propuestos. La empresa incorpora 3 ejemplos visuales de esta actuación, de los cuales dos de ellos corresponden a la misma campaña y temática.

“**Folletos**” es la quinta actuación propuesta en la oferta de Spertoria, SLU. De forma muy general, explica en la descripción que serán *“Trípticos o dípticos que presentan información esquemática sobre el Programa, con diseño atractivo y formato muy portable”*. **No detalla a qué “información esquemática” se refiere, sobre qué partes del Programa podrían versar los folletos, ni a qué formato alude con “portable”**. Informa de las horas que dedicará por cada pieza, las cuales desglosa según el servicio al que se adscriben las tareas. Según la empresa, estos folletos se ofrecerán al “público más interesado en la cuestión, que se acerca a recoger información al respecto”. **No se detalla a qué se refiere con el público “más interesado”, si se trata de empresas, ciudadanos o entidades; en qué “cuestión” concreta pueden estar interesados; y tampoco se entiende dónde se acerca ese público** “a recoger información al respecto” (si se está pensando en distribuirlos por la calle, ubicarlos en determinados espacios, etc.). Asimismo, la actuación no está justificada en relación con la consecución de los objetivos de comunicación propuestos. La empresa incorpora 2 ejemplos visuales de esta actuación.

Como sexta actuación Spertoria, propone en su oferta **“Publicaciones”**, *“documentos ya editados, muy ilustrados, que presentan información desarrollada sobre el Programa, con extensiones de gráficas o cuadros explicativos”*. Incluye las horas que dedicará desglosadas por servicio. **No explica qué información del Programa podría desarrollar**. El público objetivo al que se dirigirá es *“General. Público directamente interesado en la sostenibilidad, la energía y el propio Programa”*; **sin explicar cómo podrá segmentar en esa parte de la población interesada en sostenibilidad y el Programa**. La justificación que ofrece es la necesidad de *“ofrecer una información lo más completa posible al público interesado, sin descuidar la amenidad y la narrativa de la campaña. La permanencia de las publicaciones en el tiempo es un factor importante”*. La actuación no está justificada en relación con la consecución de los objetivos de comunicación propuestos. Como ejemplos visuales de esta actuación la empresa presenta una portada que puede ser de una publicación o un folleto; y otra portada de lo que parece una revista (imágenes que a primera vista no muestran que se trate de “documentos ya editados, muy ilustrados”, con “información desarrollada”).

Spertoria, SLU ofrece como séptima actuación **“Carteles y enaras”**, descritos por la empresa como *“elementos básicos promocionales que no sólo dejan recuerdo en sus receptores, sino que los animan a solicitar más información sobre el Programa. La enaras son marcadores de eventos y espacios. Ambos tienen parecida estructura técnica”*. **No se entiende la referencia que hace la empresa a que “tienen parecida estructura técnica” ni explica qué sentido tendrán en la comunicación de las acciones del Programa** para el desarrollo energético sostenible de Andalucía, **ni qué tipo de información se recogerá en ellos, ni dónde podrían ubicarse**, aunque al definir el “público objetivo” y la “justificación” alude a “espacios, lugares, eventos” relacionados con el Programa. Spertoria, SLU indica las horas que dedicará por pieza, desglosando el servicio al que se adscriben las tareas. Estos elementos se dirigirán, según la empresa, a un público *“General. Público de paso por entidades y espacios relacionados con el Programa y/o asistentes a actos y eventos”*. Justifica como necesarios estos elementos “por su carácter básico, para identificar lugares y eventos relacionados

con el Programa”, **sin relacionarlo con la consecución de los objetivos de comunicación** propuestos. La empresa incluye 5 ejemplos visuales, sin especificar si son carteles o enaras, de los que 3 pertenecen a la misma campaña.

La última actuación ofrecida para este servicio es **“Formatos digitales”**, que la empresa describe como *“explotaciones, con las características técnicas de cada medio o canal por donde se vaya a distribuir, de otros desarrollos: carteles, folletos, fotografías, vídeos...”*. **No se entiende la referencia realizada a “explotaciones”, y no se describen los posibles medios o canales por los que se podrían distribuir estos formatos, los cuales tampoco define.** Se podría interpretar que la empresa ha querido decir que los carteles, folletos, etc., que se realicen a lo largo del contrato se trabajarían a formato digital, pero al no definir en qué medios sería factible la publicación, la referencia queda incompleta. Spertoria, SLU indica las horas que dedicará por pieza, desglosando el servicio al que se adscriben las tareas. Estos formatos digitales se dirigirán a un público *“General. Usuarios de internet y redes sociales”*. Justifica su utilización porque *“son muy eficaces y versátiles y alcanzan a la mayoría de la población, al programarse en diferentes webs, medios y redes sociales”*; **sin especificar en qué tipo de webs, medios y redes sociales podrían publicarse** para realmente alcanzar a la mayoría de la población, **y sin relacionarlo con la consecución de los objetivos de comunicación** propuestos. La empresa incluye dos ejemplos de formato digital sin aclarar a qué tipo de formato se corresponde.

Dentro del **“Servicio de redacción”**, la empresa informa que *“el desarrollo de contenidos, como pudo verse anteriormente, está incluido en los diseños y producciones de soportes de difusión”*, alusión que no se entiende, puesto que en las medidas anteriores no se ha desarrollado ningún contenido y la única referencia sobre ello ha sido que en las tareas a desarrollar se imputan horas al servicio de redacción, aunque la empresa no dice ni aclara nada al respecto.

Dentro de este apartado Spertoria, SLU incluye **“Notas de prensa, elaboración de discursos, argumentarios, informes, etc.”**, indicando que para su realización el proceso a seguir *“en cada caso responderá a los pasos expresados en el diagrama”*, cuyo dibujo muestra en la página 21 de su informe y donde se lee un proceso de 6 pasos que comienza por la petición de la Agencia vía *“briefing”*. Señala las horas dedicadas por pieza que la empresa desglosa por tareas. El público objetivo al que se dirigirán será *“General. Usuarios avanzados, directivos y de la Administración”*. **No se entiende la referencia a “usuarios avanzados”**. La empresa justifica esta actuación manifestando que *“hay que administrarlas con precisión. Su función es generar un marco lógico en el que encuadrar los principios y los pasos del Programa y acaso fijar un patrón a partir del que se desarrollarán otros soportes y formatos”*; **sin describir a qué se refiere con “los principios y los pasos del Programa”**, ni fijar el patrón al que alude. En cualquier caso, **la actuación no está justificada en relación con la consecución de los objetivos de comunicación propuestos.**

También incluye dentro de este servicio de redacción el **“Envío a medios”**, explicando que *“en el caso de productos redaccionales (notas, artículos, etc.)”*, se hará *“tras finalizar el proceso de decisión con la AAE (ver esquema) y luego de negociar con cada medio seleccionado la mejor repercusión y recorrido para la información remitida”*. Aconseja que *“para que una nota de prensa o similar cause el efecto esperado debe cumplir con tres requisitos: Contener información de interés para los medios a los que se envían, estar redactadas de manera profesional y con el formato adecuado; y enviarse a los medios relevantes y no de manera indiscriminada”*. La empresa indica que cumplirá estas premisas

con medios propios pero que si fuera necesario recurriría “a servicios externos especializados, como sprai.io”, no aportando ninguna otra información en este apartado.

Así mismo, dentro del apartado “servicio de redacción” se incluye **“Corrección y control de calidad”**, donde hace referencia a la *“Corrección y control de calidad de los productos generados en el Contrato”*, que *“se realizará por persona con formación al respecto”* e incidirá en prevenir *“que se produzcan defectos en los procesos”* e inspeccionar *“que los posibles defectos lleguen al Cliente”*. Subraya que esto *afectará “a todos los productos y soportes incluidos en el trabajo: spots, notas y artículos, vídeos, folletos, página web, redes sociales, etc., cuyos esquemas de dedicación y dinámicas están explicados en otras páginas del presente documento”*. Entendemos que esto no es una actuación en sí, sino que forma parte de lo requerido en el punto 2 del apartado 4 “Alcance de los trabajos” del PPT, que dice que para el servicio de redacción se incluirá como mínimo “el desarrollo de contenidos, corrección y control de calidad de publicaciones, microespacios, spots, artículos, folletos, página web de la Agencia, redes sociales, etc.”. No aporta ejemplos visuales de esta actuación.

Respecto al **“Servicio de asesoramiento y planificación”**, Spertoria, SLU explica que *“podrán ser de gran ayuda los resultados proporcionados por la monitorización de medios, si así se solicita, aunque es totalmente posible un asesoramiento estratégico en base a los datos disponibles en cualquier momento”*, un servicio *“extensible a la web, las redes y, en general, al entorno online, en los que la monitorización se hará por sistema, con herramientas de control y seguimiento adecuadas”*. La **empresa no indica cuáles serían esas herramientas de control y seguimiento.**

Dentro de este servicio recoge 3 puntos. El primero de ellos, **“Asesoramiento en la estrategia y planificación”**, **simplemente se nombra, no desarrollando ningún contenido.** En cuanto al punto de **“Asesoramiento para la web, redes y entorno online”**, sólo indica que se prestará a demanda y del modo más conveniente para la Agencia y que *“un consultor senior estará a disposición del contrato durante el tiempo que dure el mismo, para asesorar a la AAE, cada vez que sea solicitado, sobre el mejor y más eficiente modo de enfocar acciones y campañas y sobre los extremos prácticos de su planificación. Lo mismo para el entorno online, para el que dispondremos de consultoría tanto en gestión de contenidos como en programación y estructura”*, pero **no propone ninguna actuación de asesoramiento y planificación concreta.**

En el punto tercero de **“Monitorización de presencia en medios”**, la empresa señala que la monitorización de presencia en medios lo puede realizar ella misma, de forma *“estándar sobre resultados y/o analítica de redes y medios online”*, la cual es *“automatizada en el caso de seguimiento online”*; y de forma avanzada y en profundidad *“que se podría realizar mediante encargo a Kantar”*. Informa que *“si lo que se pretende es un servicio de clipping, éste ha de ser contratado externamente”*. **No queda claro si se refiere a que sería un trabajo que podría realizar Kantar y tampoco si lo ofrece como actuación.**

**No se indica para ninguna de las actuaciones de este servicio el público objetivo al que van dirigidas, ni la justificación de las mismas en relación con la consecución de los objetivos de comunicación propuestos, ni la estimación del número de horas dedicadas** para la realización de cada una de las acciones propuestas, por todos los conceptos que se incluyan en la prestación de las mismas; **ni ejemplos visuales** de trabajos realizados similares a los propuestos.

En cuanto a **“Otros servicios en materia de comunicación”**, Spertoria, SLU informa sobre los servicios que su empresa presta en este ámbito recogiendo 3 puntos: la “Mediación y cursado” para negociar con los medios, “Reportajes fotográficos” y “Merchandising”.

En **“Mediación y cursado”** explica que afectará *“a las inserciones publicitarias, patrocinios, colaboraciones de empresa, compra de medios, etc.”*; **medidas que no han sido mencionadas a lo largo de esta oferta**, e indica que *“en el caso de ofertas o modificaciones de cualquier índole en alguno de esos medios, usaremos el canal corto con la AAE para acordar lo necesario”*. **Se desconoce, en este punto de la oferta, a qué se refiere con “el canal corto con la AAE”**, el cual no explica, aunque en páginas posteriores, en concreto cuando habla del “Mecanismo de urgencia”, se comprueba que utiliza esa misma expresión. Señala también que *“la repercusión habida en medios de cada acción se entregará a la AAE tras su análisis junto con los datos relevantes, proporcionados por el seguimiento de la misma”*. **No se detalla para esta actuación el público objetivo** al que se dirige, **justificación de la misma** en relación con la consecución de los objetivos de comunicación propuestos, **estimación del número de horas dedicadas; ni ejemplos visuales de trabajos realizados similares a los propuestos**.

En el apartado de **“Reportajes fotográficos”** describe que *“son colecciones de fotografías, en torno a 10, de proyectos realizados en el Programa, que podrán ser utilizadas por sí mismas y para ilustrar otros soportes en general”*. Indica las horas que dedicará a esta actuación, las cuales desglosa por tareas. Se dirigirá a un público objetivo “General” y sobre la justificación indica que se hace para *“contar con documentos sobre las realizaciones del Programa para la ilustración de soportes y para su difusión en general”*, pero no lo relaciona con los objetivos de comunicación. Tampoco aporta ejemplos visuales de trabajos realizados similares a los propuestos. En esta actuación, **aunque en el catálogo presentado la encuadra dentro del Servicio 4** (Otros de comunicación), **cuando realiza el desglose por tareas hace referencia también a los Servicios 1** (Diseño, maquetación y/o producción), **2** (Redacción) **y 3** (Asesoramiento y planificación), **no aportando ninguna explicación**. A este respecto, no se entiende la referencia a los referidos servicios ya que, por ejemplo, aunque esta actuación se encuadra dentro del servicio 4, sólo le asigna 1 hora, mientras que en el servicio 1 se le asignan 8 horas.

En el apartado “Merchandising” la empresa describe que se trata de una *“selección y marcaje de objetos de regalo y promoción”*; **sin describir algún ejemplo de lo que podría realizarse y para qué podría utilizarse**. A esta actuación destinarían 6 horas por elemento, las cuales desglosan por tareas. **Al no detallar el nombre de ningún elemento no podemos valorar si 6 horas por cada uno sería un número adecuado**. Teniendo en cuenta que, por ejemplo, para el servicio de redacción indican que necesitarían 1 hora, si se trata de marcar un bolígrafo donde sólo es necesario poner el nombre y logo de la entidad, 1 hora podría considerarse excesivo. De ahí la importancia y necesidad de describir con más datos a qué se refieren con “selección y marcaje de objetos de regalo y promoción”. Con esta medida la empresa dice en su oferta que quiere llegar a un público objetivo “General. Segmentable en función del tipo de objeto elegido”. **Al no describir el objeto tampoco conocemos entonces el público al que se dirigirá**. Justifica esta actuación **sin relacionarlo con la consecución de los objetivos de comunicación propuestos**.

#### VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO

Tal y como se ha señalado anteriormente, la Agencia Andaluza de la Energía, en el punto 5 del Pliego de Prescripciones técnicas, así como en el Anexo IV del PCAP, solicitaba un Catálogo de actuaciones

FIRMADO POR	Mª TERESA ALONSO REGAÑA	24/01/2023	PÁGINA 24/28
VERIFICACIÓN	Pk2jmBKB2C9XHBUXLP6EAL3MA42549	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	

**para cada uno de los 4 servicios** reflejados en el punto 4 del Pliego de Prescripciones Técnicas (Servicio de diseño, maquetación y/o producción, Servicio de redacción, Servicio de asesoramiento y planificación, y Otros servicios en materia de comunicación), especificando en cuál de ellos se encuadrarían; que incluirá, al menos, **una descripción de cada una de las actuaciones propuestas** (se solicita descripción, no mera enumeración), **público objetivo** al que van dirigidas y **justificación** de las mismas en relación con la consecución de los objetivos de comunicación propuestos; **estimación del número de horas** dedicadas para la realización de cada una de las acciones propuestas, por todos los conceptos que se incluyan en la prestación de las mismas; y ejemplos visuales de trabajos realizados similares a los propuestos.

Spertoria, SLU plantea **17 puntos**, que encuadra en función de los cuatro servicios solicitados por la Agencia los cuales se presentan sin una adecuada descripción en la mayoría de los casos e incluyendo en las mismas tareas que pertenecen a otros servicios sin ofrecer ninguna explicación adicional lo que dificulta mucho la comprensión del catálogo presentado. En algunas actuaciones se refiere al público al que va dirigida y en otras no. No en todas especifica las horas de dedicación y se desconoce qué tipo de materiales van a realizar o de qué forma va a ejecutar las actuaciones que ofrece. En ninguna de ellas se explica la justificación de llevarlas a cabo en relación con la consecución de los objetivos de comunicación propuestos. Introduce 14 ejemplos visuales de trabajos realizados, varios de la misma campaña, sin explicar a qué corresponden.

Tomando en consideración todo lo anterior, conforme a los criterios de adjudicación ponderables en función de un juicio de valor establecidos en el anexo VII del PCAP, dado que **la empresa describe de forma parcial el catálogo de actuaciones en cuanto a la descripción de las mismas, público objetivo, justificación, horas de dedicación y ejemplos visuales**, este criterio se ha **valorado con una puntuación total de 5 puntos**.

#### **6.1.2 Propuesta de funcionamiento, coordinación y gestión del contrato (Máximo 6 puntos)**

La propuesta de funcionamiento, coordinación y gestión del contrato solicitada, que se valora con un máximo de 6 puntos, debe contener como mínimo, un procedimiento para el encargo mediante órdenes de trabajo para las que debe proponerse qué contenidos incluirá; seguimiento y revisión de los trabajos previamente a su entrega a la Agencia que incluya mecanismos para dar respuesta a las actuaciones de comunicación solicitadas con urgencia, así como para el cumplimiento de los plazos de entrega; una propuesta de contenidos para los informes solicitados en el apartado 6 PLANIFICACIÓN Y SEGUIMIENTO DE LOS TRABAJOS del Pliego de Prescripciones Técnicas y una herramienta on-line que permita a la Agencia el seguimiento y control necesarios para la adecuada gestión del contrato.

Respecto al **procedimiento para el encargo mediante órdenes de trabajo**, que Spertoria SLU denomina “Procedimiento para el encargo y seguimiento”, la empresa incluye un diagrama de flujo con las fases de dicho procedimiento, pero **sin aportar información y detalle sobre en qué consisten cada una de ellas ni indicar los plazos que transcurren en cada una de las fases**, fundamental para poder valorar la idoneidad del procedimiento. Tampoco **se ven reflejadas las órdenes de trabajo en el mismo** (el instrumento para la gestión del contrato para el cual se solicita la elaboración del referido procedimiento, por tener que plasmarse en ellas la descripción de los encargos de este contrato por servicio, los plazos de ejecución y coste, siendo estos últimos vinculantes una vez aprobada la orden de trabajo).

En cuanto a la descripción específica que realiza de la **“Orden de trabajo: propuesta de contenido”**, la empresa indica los apartados que tendrá con un contenido *“mínimo”* y que éstas *“se cursarán preferentemente a través de la herramienta online, descrita más adelante, y deberán incluir todos los detalles disponibles en el momento”*.

Tanto en el “Procedimiento para el encargo y seguimiento” como en la descripción de la orden de trabajo realizada por la empresa **no se ha tenido en cuenta lo señalado en el apartado 6 “Planificación y seguimiento de los trabajos” del PPT**, que detalla “la empresa adjudicataria elaborará, en un plazo máximo de 2 días desde la solicitud de la Agencia, una estimación de los medios necesarios para la ejecución de la acción, indicando la descripción pormenorizada de los trabajos a realizar (incluyendo su relación con el cumplimiento de los objetivos descritos en el apartado 2 del presente pliego), las personas del equipo de trabajo implicadas, el número de horas de servicios necesarias, importe total y plazo de ejecución. En las órdenes de trabajo se especificará el importe y la descripción de los gastos específicos de la empresa adjudicataria necesarios para la realización de las actuaciones. La Agencia analizará la estimación presentada por la empresa y, si es adecuada, dará su conformidad y las instrucciones necesarias al Jefe del Proyecto para el inicio de la tarea. En caso de no serlo, solicitará las modificaciones necesarias”.

Para el **“Mecanismo de urgencia”** Spertoria SLU refleja que establecerá un *“canal corto”* y plasma un *“esquema de funcionamiento”* que incluye un *“encargo e instrucciones (briefing)”* por parte de la Agencia, una *“negociación constructiva (telefónica o presencial)”*, el traslado del encargo a la herramienta on line de gestión, y un tiempo de realización estimado *“que mediará entre el primer aviso y el inicio del proceso de producción estará en la misma jornada”*. Como no especifica el tipo de petición, se interpreta que cualquiera que realice la entidad a cualquier hora (ya sea producción de elementos, nota de prensa, inserción urgente de anuncio en un medio de comunicación, etc.), se atenderá y realizará en menos de 24 horas, algo que sería poco viable si se precisa la elaboración de un briefing, negociación constructiva, vuelco de información a la herramienta, producción del elemento y revisión; y en algún caso, puesta en contacto con el medio correspondiente. Este punto no atiende adecuadamente las necesidades expresadas en el apartado 6 “Planificación y seguimiento de los trabajos” del PPT que detalla que “la empresa adjudicataria elaborará, en un plazo máximo de 2 días desde la solicitud de la Agencia, una estimación de los medios necesarios para la ejecución de la acción, indicando la descripción pormenorizada de los trabajos a realizar (incluyendo su relación con el cumplimiento de los objetivos descritos en el apartado 2 del presente pliego), las personas del equipo de trabajo implicadas, el número de horas de servicios necesarias, importe total y plazo de ejecución. En las órdenes de trabajo se especificará el importe y la descripción de los gastos específicos de la empresa adjudicataria necesarios para la realización de las actuaciones. La Agencia analizará la estimación presentada por la empresa y, si es adecuada, dará su conformidad y las instrucciones necesarias al Jefe del Proyecto para el inicio de la tarea. En caso de no serlo, solicitará las modificaciones necesarias”.

Respecto a la **“Herramienta on line de seguimiento y control”**, la empresa indica que trabajan con Trello (trello.com), *“es la que recomendamos para el cursado de órdenes de trabajo, el seguimiento y el control, de los contenidos en este contrato”*. Indica que *“a través de Trello se puede seguir todo el recorrido de un trabajo, desde la solicitud del mismo hasta su finalización, incluyendo naturalmente sus revisiones. En función de las necesidades reales de este contrato optaremos para usar la versión de Trello (standard, premium...) que mejor se ajuste”*.

FIRMADO POR	Mª TERESA ALONSO REGAÑA	24/01/2023	PÁGINA 26/28
VERIFICACIÓN	Pk2jmBKB2C9XHBUXLP6EAL3MA42549	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	

Como último punto SPERTORIA, SLU incluye la **“Propuesta de contenido de los informes”** reflejando que *“mensualmente se presentará a la AAE un informe de ejecución que recogerá el total de los trabajos realizados por Spertoria durante el periodo, con detalles que permitan su valoración en general y en particular de cada caso”* e incluye un índice de informe en el que **no se refleja el punto señalado en el apartado 6 del PPT de “relación con el cumplimiento de los objetivos descritos en el apartado 2 del PPT”**. Así mismo, la empresa señala que el informe final será un resumen de los mensuales *“detallándose los totales de presupuesto y resultados y proponiendo unas conclusiones generales de funcionamiento y mejora para futuros contratos de similar naturaleza”* e incluyendo *“tablas con aquellos indicadores que se acuerden con el cliente”*.

### VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO

SPERTORIA, SLU **describe de forma parcial el procedimiento** para el encargo y seguimiento de los trabajos, **no indicando plazos** (algo fundamental para valorar la idoneidad del procedimiento), **no reflejando dentro del flujo propuesto las órdenes de trabajo** (producto resultante para el cual se solicita la elaboración del referido procedimiento) **y no haciendo mención al “seguimiento y revisión de los trabajos previamente a su entrega a la Agencia”**, el cual no aparece en la oferta. Por otra parte, el mecanismo de urgencia también se describe de forma parcial. Asimismo, para la elaboración de este procedimiento **no ha tenido en cuenta las necesidades de la Agencia en cuanto a la propuesta de “funcionamiento, coordinación y gestión del contrato, la cual se recogía en el apartado 6 “Planificación y seguimiento de los trabajos” del PPT.**

Así mismo, el índice de **contenidos para informes está incompleto, al no incluir la referencia a la “relación con el cumplimiento de los objetivos descritos en el apartado 2 del PPT” señalada en el apartado 6 del PPT relativo a la planificación y seguimiento de los trabajos.**

Tomando en consideración todo lo anterior, conforme a los criterios de adjudicación ponderables en función de un juicio de valor establecidos en el anexo VII del PCAP, dado que **la empresa describe de forma parcial el procedimiento de encargo seguimiento y revisión de los trabajos, la propuesta de contenidos de informes y herramienta on line**, este criterio se ha **valorado con una puntuación total de 1,5 puntos.**

#### 6.1.3. Total Valoración SPERTORIA, SLU. (máximo 25 puntos)

SPERTORIA, SLU obtiene una **valoración total**, en función de los criterios de adjudicación ponderables en función de un juicio de valor establecidos en el anexo VII del PCAP, **de 6,5 puntos sobre 25:**

- 5 puntos por el Catálogo de actuaciones recogidas para cada uno de los 4 servicios incluidos en el apartado 4 del Pliego de Prescripciones Técnicas.
- 1,5 puntos por la Propuesta de funcionamiento, coordinación y gestión del contrato.

En el 2.2. *Umbral mínimo de puntuación necesaria para continuar en el proceso selectivo* de ese mismo anexo VII se señala que *“No se tendrán en cuenta y quedarán excluidas de la licitación las ofertas que tras la valoración de los criterios ponderables en función de un juicio de valor no hayan alcanzado el umbral mínimo 12,5 (sobre los 25 puntos máximos)”*. A este respecto, **SPERTORIA, SLU quedaría excluida del proceso selectivo por no alcanzar el umbral mínimo requerido de 12,5 puntos.**

FIRMADO POR	Mª TERESA ALONSO REGAÑA	24/01/2023	PÁGINA 27/28
VERIFICACIÓN	Pk2jmBKB2C9XHBUXLP6EAL3MA42549	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	

## 6. RESUMEN GLOBAL DE LAS OFERTAS PRESENTADAS

En la tabla que se muestra a continuación se recoge el resumen global por cada uno de los apartados objeto de valoración, conforme al Anexo VII del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares, en relación con las ofertas analizadas:

Empresas licitadoras	Catálogo de actuaciones	Propuesta de funcionamiento, coordinación y gestión	Puntuación total
Marín y Asociados SA	17,5	4,0	<b>21,5</b>
SPERTORIA, SLU	5,0	1,5	<b>6,5</b>

La oferta presentada por la empresa **Spertoria, SLU no supera el umbral mínimo de los 12,5 puntos** establecido en el Anexo VII del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares, por lo que se **propone su exclusión a la mesa de contratación por falta de calidad técnica de dicha oferta.**

**M<sup>a</sup> Teresa Alonso Regaña**

Jefa del Área de Comunicación y Difusión