

***Resolución del Director General del Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía por la que se acuerda la clasificación de las proposiciones presentadas para la contratación de los servicios de ejecución de diseño general, creatividad, definición de medios y estudio de resultados de la campaña de comunicación, información y publicidad institucional “ahorro y eficiencia energética 2015”***

**EXPEDIENTE Nº 12873.01/15.**

**A N T E C E D E N T E S**

El Consejo de Administración nº 221, de fecha 11/02/2015, aprobó el inicio de la tramitación, mediante procedimiento abierto, del expediente para la contratación de los servicios de ejecución de diseño general, creatividad, definición de medios y estudio de resultados de la campaña de comunicación, información y publicidad institucional “ahorro y eficiencia energética 2015” – Expte. 12873.01/15. En dicho acto aprobó asimismo los pliegos que habrían de regir en dicho expediente de contratación.

Con fecha 25/02/2015 fue publicado en el Perfil de Contratante del Instituto y remitida al D.O.U.E. la convocatoria del concurso para la contratación de los servicios de ejecución de diseño general, creatividad, definición de medios y estudio de resultados de la campaña de comunicación, información y publicidad institucional “ahorro y eficiencia energética 2015” – Expte. 12873.01/15.

Finalizado el plazo de presentación de ofertas el día 14/04/2014 a las 13:00 horas, se han recibido ofertas de:

- ALCANDORA PUBLICIDAD, S.L.
- LA OVEJA NEGRA AGENCIA DE PUBLICIDAD, S.L.
- NO LINE WORLDWIDE, S.L.
- OPERA PRIMA PUBLICIDAD Y MARKETING, S.L.
- PERSUADE COMUNICACIÓN, S.A.
- PUBLICIS COMUNICACIÓN ESPAÑA S.L.
- TRAGOS BONNANGE WIESENDANGER AJROLDI DE ESAPANA, S.A. (TBWA)

El día 15/04/2014 se procede a la apertura del sobre denominado A (documentación Administrativa) de las empresas licitadoras, de acuerdo con el procedimiento establecido en el punto 8.1 del Pliego de Condiciones Particulares que rige el concurso, con el fin de comprobar que la documentación incluida es completa y correcta, de acuerdo a los requisitos exigidos en el citado Pliego. Una vez subsanadas las deficiencias detectadas en la oferta de ALCANDORA PUBLICIDAD, S.L., se admiten todas las propuestas.

Tras la pertinente convocatoria, se realiza el acto público de apertura de las ofertas técnicas en la sede de IDAE el 20/04/2015, comprobándose que en todos los casos se presenta documentación para ser valorada conforme a las exigencias de los Pliegos del concurso. En el mismo acto se hace entrega de la documentación al Gabinete de Comunicación del IDAE, al objeto de que proceda a su valoración y ponderación mediante la emisión del informe correspondiente conforme a los criterios establecidos en el Pliego de Condiciones.

El Dpto. de Gabinete de Comunicación de IDAE ha emitido informe de evaluación de los aspectos técnicos de la oferta, conforme a los criterios establecidos en los pliegos que son literalmente los siguientes:

### **10.- REQUISITOS Y CRITERIOS.**

*Para la selección de la empresa adjudicataria se atenderá a los criterios siguientes:*

*10.1.- La empresa adjudicataria deberá cumplir los siguientes requisitos:*

*a) Aceptación sin salvedades de la documentación de concurso realizada por el IDAE.*

*10.2.- Para la selección de la empresa adjudicataria se atenderá al siguiente procedimiento:*

*10.2.1.-Siguiendo las recomendaciones generales de la Comisión de Publicidad Institucional de la Secretaría de Estado de Comunicación en su "Guía práctica a considerar en la Publicidad Institucional", se valorarán los siguientes aspectos de las ofertas con la ponderación parcial que se indica a continuación, y hasta un máximo de 100 puntos:*

- **Diseño General de Campaña, 20 puntos, desglosados en**
  - *Adecuación al propósito y objetivos de la Campaña, 9 puntos*
  - *Originalidad, 9 puntos*
  - *Valoración de la adecuación del perfil profesional del "asesor energético", 2 puntos*
- **Creatividad, 35 puntos, desglosados en**
  - *Originalidad de la propuesta, 13 puntos*
  - *Claridad y comprensión de mensajes, 11 puntos*
  - *Adecuación al propósito y objetivos de la Campaña, 11 puntos*
- **Definición de Medios, 15 puntos, desglosados en**
  - *Adecuación al propósito y objetivos de la Campaña, 8 puntos*
  - *Grado de detalle, 7 puntos*

Otorgándose a las ofertas las siguientes puntuaciones:

OFERTANTE	Diseño General 0-20	Creatividad 0-35	Definic. Medios 0-15	Puntuación final 0-70
ALCANDORA PUBLICIDAD, S.L.	15,0	18,0	11,0	44,0
LA OVEJA NEGRA AGENCIA DE PUBLICIDAD, S.L.	16,0	24,0	0,0	40,0
NO LINE WORLWIDE, S.L.	18,0	34,0	13,5	65,5
OPERA PRIMA PUBLICIDAD Y MARKETING, S.L.	11,0	19,5	12,0	42,5
PERSUADE COMUNICACIÓN, S.A.	11,5	20,0	15,0	46,5
PUBLICIS COMUNICACIÓN ESPAÑA S.L.	17,0	23,0	14,0	54,0
TRAGOS BONNANGE WIESENDANGER AJROLDI DE ESPAÑA, S.A. (TBWA)	13,0	22,0	13,0	48,0

Tras la pertinente convocatoria, el día 28/04/2015, y una vez elaborado el informe sobre las propuestas técnicas presentadas tiene lugar la apertura de las ofertas económicas, trasladándose a los asistentes el resultado de las puntuaciones de los criterios que dependen de juicio de valor.

En cuanto a la valoración económica, los criterios recogidos en los Pliegos de Concurso son:

- **Presupuesto total ofertado, 30 puntos, que se asignarán de acuerdo con lo siguiente:**

*Las ofertas por importe máximo superior al presupuesto máximo disponible en cada lote serán descartadas.*

*Para la valoración de la oferta económica se asignará la puntuación máxima de TREINTA (30) puntos a la oferta más económica de las aceptadas. A las demás ofertas económicas aceptadas se les asignará la puntuación según la siguiente fórmula:*

$$P = 30 - 30 \left( \frac{O - Om}{Om} \right)$$

*siendo:*

*P = Puntuación final del licitador.*

*O = Precio de referencia del licitador.*

*Om = Precio mínimo de las ofertas presentadas.*

*Notas:*

*Se asignará valor cero en los casos en que la fórmula de como resultado un valor negativo.*

*En caso de recibirse más de tres (3) ofertas, tendrán la consideración de ofertas con valores anormales o desproporcionados, y podrán ser por tanto descartadas, aquellas que presenten un presupuesto total para la ejecución de los trabajos que resulte inferior en más de un treinta por ciento (30%) a la media de todas las ofertas admitidas.*

Los presupuestos correspondientes a las ofertas recibidas y las puntuaciones asignadas son los siguientes:

OFERTANTE	Presupuesto ofertado (€, sin I.V.A.)	puntos (s/30)
ALCANDORA PUBLICIDAD, S.L.	315.000,00	30,0
LA OVEJA NEGRA AGENCIA DE PUBLICIDAD, S.L.	405.000,00	21,4
NO LINE WORLWIDE, S.L.	373.000,00	24,5
OPERA PRIMA PUBLICIDAD Y MARKETING, S.L.	408.000,00	21,1
PERSUADE COMUNICACIÓN, S.A.	356.000,00	26,1
PUBLICIS COMUNICACIÓN ESPAÑA S.L.	413.757,00	20,6
TRAGOS BONNANGE WIESENDANGER AJROLDI DE ESPAÑA, S.A. (TBWA)	400.740,00	21,8

Dado que:

- El presupuesto máximo disponible, de acuerdo con el Pliego es de 420.000,00 €.
- La media menos el 30% ( $x_{-30}$ ) es 267.149,70 €.

Se consideran admisibles todas las ofertas

## F U N D A M E N T O S   D E   D E R E C H O

**Primero.-** El artículo 51.1 del Real Decreto Legislativo 3/2011, de 14 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Contratos del Sector Público establece que la representación de los entes, organismos y entidades del sector público en materia contractual corresponde a los órganos de contratación, unipersonales o colegiados que, en virtud de norma legal o reglamentaria o disposición estatutaria, tengan atribuida la facultad de celebrar contratos en su nombre.

En este contexto, el Consejo de Administración de IDAE es el órgano encargado de autorizar los actos y contratos que sean necesarios o convenientes para la realización de los fines del Instituto, cualquiera que sea su título jurídico y su contenido o cuantía, sin perjuicio de las necesarias autorizaciones previstas en el TRLCSP, de conformidad con lo establecido por el artículo 7 e) de los estatutos de IDAE, estatutos aprobados por Real Decreto 18/2014 de 17 de enero (BOE nº 24 de fecha 28/01/2014).

**Segundo.-** Al amparo de lo dispuesto en el artículo 51.2 del Real Decreto Legislativo 3/2011, de 14 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Contratos del Sector Público, que dispone que los órganos de contratación podrán delegar o desconcentrar sus competencias, el Consejo de Administración, en su sesión nº 221, de fecha 11/02/2015, acordó facultar al Director General de IDAE, para llevar a cabo la negociación, consultas, valoración y adaptación, en su caso, de las ofertas que se reciban, de acuerdo a lo establecido en los pliegos que rigen el procedimiento, así como para realizar la clasificación de propuestas por orden decreciente.

**Tercero.-** Con fecha 29 de abril de 2015 la Mesa de Contratación ha elevado al órgano de contratación la correspondiente propuesta de valoración de las ofertas junto con todo lo actuado y se dispone de informe técnico de valoración de propuestas realizado por el Departamento de Gabinete de Comunicación de IDAE.

**Cuarto.-** No ha habido ningún candidato descartado, ni licitador excluido del procedimiento de adjudicación, habiendo sido todas las propuestas presentadas, valoradas conforme a los criterios establecidos en los pliegos.

**Quinto.-** Atendiendo a los criterios de adjudicación señalados en los Pliegos y a los informes técnicos de valoración realizados por el Gabinete de Comunicación del IDAE, en los que en esencia se sustenta la propuesta formulada por la Mesa de Contratación, conforme a lo previsto en el apartado 9.4 Pliego de Condiciones Particulares que rige el concurso, y en uso de la competencia y facultad conferidas por el Consejo de Administración del IDAE, esta Dirección General adopta la siguiente

## R E S O L U C I Ó N

**Primero:** Aprobar la clasificación de las proposiciones presentadas al concurso público abierto para la contratación de los servicios de ejecución de diseño general, creatividad, definición de medios y estudio de resultados de la campaña de comunicación, información y publicidad institucional “ahorro y eficiencia energética 2015” – Expte. 12873.01/15, de acuerdo con el siguiente orden de preferencia:

1. NO LINE WORLWIDE, S.L.
2. PUBLICIS COMUNICACIÓN ESPAÑA S.L.
3. ALCANDORA PUBLICIDAD, S.L.
4. PERSUADE COMUNICACIÓN, S.A.
5. TRAGOS BONNANGE WIESENDANGER AJROLDI DE ESPAÑA, S.A. (TBWA)
6. OPERA PRIMA PUBLICIDAD Y MARKETING, S.L.
7. LA OVEJA NEGRA AGENCIA DE PUBLICIDAD, S.L.

**Segundo:**

Requerir a NO LINE WORLWIDE, S.L., como primera clasificada para la realización de los trabajos, para que en el plazo de diez días hábiles proceda a la entrega de la documentación justificativa contemplada en los pliegos del concurso, además de la garantía definitiva que se detalla en la citada documentación.

En Madrid, a 30 de abril de 2015

El Director General  
Arturo Fernández Rodríguez