

MEMORIA JUSTIFICATIVA

JUSTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD:

Se requiere de la contratación de un servicio integral de marketing y comunicación (estrategia, creatividad, comunicación, asesoramiento y publicidad) que será ejecutado por el adjudicatario, de forma coordinada con CRTVE. El objetivo de esta contratación será difundir y publicitar productos y proyectos de la Corporación, así como los proyectos que CRTVE tiene encomendados y que están recogidos en el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, financiados a través de los Fondos Next Generation EU. Es necesario realizar un contrato que proporcione el servicio integral de agencia de marketing y comunicación.

En este contrato, que tiene una duración máxima prevista de 3 años, se incluirá la elaboración de la estrategia y cuantas acciones de creación, producción, publicidad, comunicación, compra de espacios y difusión en medios de comunicación, asesoramiento, promoción y organización de eventos o acciones especiales se consideren necesarios durante el período de ejecución del contrato. Estas acciones a realizar, se han agrupado en cuatro bloques:

- I. Plan de comunicación, estrategia y asesoramiento
- II. Diseño y producción de propuestas creativas
- III. Diseño y producción de acciones especiales
- IV. Planificación y compra de medios

CRTVE podrá realizar directa o indirectamente cualquier tipo de actividad publicitaria, con independencia de la adjudicación del presente procedimiento. Este procedimiento no representa, en modo alguno, otorgar la exclusividad al adjudicatario sobre todas las acciones publicitarias que pudieran resultar de interés para CRTVE.

Desde CRTVE está previsto lanzar nuevos programas y series para la nueva temporada. Dentro de la estrategia corporativa se ha marcado como objetivo importante reforzar la comunicación, la imagen de CRTVE y realizar acciones creativas que lleguen y atraigan a la mayor parte de la población.

Presupuesto Expediente

Actualmente hay un contrato en vigor para este servicio que está siendo prestado por la agencia EQU MEDIA XL, S.L. por valor de 2.570.600 € (el importe del expediente salió por 3.500.000), adjudicado a través del expediente S-02846-2023 - Servicio integral de publicidad y comunicación, medios y soportes publicitarios y asesoramiento. Entró en vigor el 27 de noviembre del 2023 y tenía una duración prevista de 36 meses. Con las previsiones actuales de acciones de comunicación para los nuevos lanzamientos y promoción de la imagen corporativa, se prevé que no habrá suficiente presupuesto, en dicho contrato, para la inversión que hay que realizar en todos los proyectos ideados y considerados estratégicos como la finalización del proyecto Haz, financiado con Fondos Europeos hasta junio de 2026.

El presupuesto del contrato actual se ha agotado antes de la finalización del mismo por los siguientes motivos:

- Durante el año 2024 ha surgido la necesidad de lanzar campañas de marketing no contempladas al comienzo de la actividad con EQUIMEDIA. Entre ellas, la promoción de Eurovisión Junior, Juegos Olímpicos Paris 2024 y Eurocopa 2024.
- Además de las campañas de comunicación de los proyectos financiados con Fondos Europeos y de la Dirección de Comunicación y Participación de RTVE, otras direcciones de RTVE han requerido de inversión en comunicación y publicidad, cuyo presupuesto no estaba inicialmente contemplado: la Dirección Comercial, RTVE Instituto y la Dirección de Imagen.

INFORME DE INSUFICIENCIA DE MEDIOS

El servicio integral de marketing y comunicación necesario para llevar a cabo los objetivos descritos en el párrafo anterior no es posible culminarlo con garantías de éxito contando con los recursos actuales de la Dirección de Marketing y Comunicación.

RTVE no cuenta con los medios técnicos y humanos necesarios para acometer la prestación de este servicio, dispone de recursos muy escasos y con una carga de trabajo que imposibilita una dedicación plena a proyectos tan globales y ambiciosos y que requieren de una visión transversal.

LOTES DE LA CONTRATACIÓN

El objeto del contrato no resulta divisible en lotes, ya que se trata de un servicio único y completo. La división en lotes no permitiría asegurar el resultado final de los trabajos con las garantías necesarias, ya que la ejecución del servicio por más de un adjudicatario desvirtuaría la visión global del objeto del contrato.

El servicio requerido se basa en la petición de acciones empaquetadas que ha de ejecutar de forma autónoma el adjudicatario bajo una estrategia global e integrada que garantice la coherencia –estratégica, comunicativa, creativa- y coordinación de acciones de comunicación de las distintas campañas de CRTVE. Dada la naturaleza del tipo de prestación, RTVE ha determinado la existencia de un solo lote y un servicio de coordinación único con la misión de garantizar la calidad de los trabajos.

Las acciones derivadas de esta licitación no pueden ser realizadas por distintos proveedores, puesto que todas ellas deben poseer un grado de calidad y autoría inequívoco y único, y las acciones a realizar deben responder a un nivel de coordinación y eficiencia difícilmente alcanzable si existiesen diversos equipos de empresas distintas trabajando en el proyecto.

No podría aplicarse ni siquiera el criterio de separación en lotes por tipo de perfiles, ya que hay que tener en cuenta que cualquier acción requiere de la participación de todos los tipos de perfiles solicitados, en perfecta sintonía y comunicación, trabajando de la mano, puesto que los productos finales deben ser fruto de un trabajo en equipo muy bien cohesionado, bajo un mismo paraguas comunicativo y una orientación estratégica común.

Este expediente conlleva una prestación de acciones en cadena, interdependientes y conexas entre sí, que exigen una integración y coordinación que sólo puede conseguirse con un único adjudicatario para garantizar la calidad de la prestación y la correcta ejecución del servicio único del que forman parte.

Por todo lo anterior, la única opción viable es que el expediente se realice en un único lote para garantizar la calidad del servicio que ha de prestar CRTVE. La contratación en varios lotes generaría necesidades de coordinación que supondrían un sobrecoste desproporcionado y no permitiría asegurar el resultado final de los trabajos con las garantías necesarias ni el nivel de eficiencia y optimización de la inversión requeridos.

En conclusión, procede a los efectos del art. 99 de la Ley 9/2017 de Contratos del Sector Público, la no división en lotes del contrato para esta prestación.

JUSTIFICACIÓN DEL PROCEDIMIENTO

Se propone el trámite de este expediente por un procedimiento abierto, ya que no se dan los requisitos que establece la LCSP, para tramitar esta contratación por otro procedimiento distinto a este.

El procedimiento general abierto es garantía de transparencia e igualdad de trato entre los licitadores, y además garantiza mayor concurrencia.

1. Solvencia económica:

Tener un volumen anual de negocios, referido a alguno de los tres últimos ejercicios disponibles, igual o superior a 1.750.000 euros.

Se considera que un volumen anual de negocios igual o superior a 1.750.000 euros., es suficiente para garantizar que el licitador tiene capacidad económica para realizar el servicio y no es un volumen de negocio excesivo, de forma que no se restrinja la concurrencia. Se da la posibilidad de acreditar el cumplimiento por la cifra de negocios de alguno de los últimos tres ejercicios, lo que aporta una mayor flexibilidad.

2. Solvencia técnica:

Contar al menos con tres referencias de trabajos similares al objeto del contrato, realizados en los últimos tres años, cuyo importe acumulado sea igual o superior a 1.750.000 euros.

Consideramos que el mínimo indispensable para poder garantizar la ejecución del contrato en condiciones satisfactorias es de 3 referencias en trabajos similares. A estos efectos, solo se consideran referencias válidas aquellos con servicios en campañas publicitarias a empresas de, al menos, un año de duración cada contrato.

JUSTIFICACIÓN DE LOS CRITERIOS DE VALORACIÓN

Los criterios de valoración, permitirán que la oferta que resulte adjudicada sea la más adecuada, para cubrir las necesidades de RTVE:

1. Criterios de valoración sujetos a juicio de valor: hasta 50 puntos.
 - Descripción del servicio (con un máximo de 10 puntos)
 - Equipo de trabajo (con un máximo de 10 puntos).
 - Ejercicio estratégico y creativo de planificación de la campaña planteada en el briefing:
 - Plan de comunicación, estrategia y asesoramiento: hasta 10 puntos

- Diseño de propuestas creativas: hasta 10 puntos
 - Diseño de acciones especiales: hasta 5 puntos.
 - Planificación y compra de medios: hasta 5 puntos
2. Criterios de valoración automáticos: hasta 50 puntos.
- Precio (con un máximo de 50 puntos)

Se establece un umbral mínimo para los criterios sujetos a juicio de valor del 50 %. Aquellas propuestas que no superen el umbral indicado serán excluidas.

Los criterios sujetos a juicio de valor tienen un peso importante en esta contratación ya que se considera importante que el adjudicatario sea una empresa ágil y con una óptima capacidad de organización y experiencia, que pueda ejecutar el contrato con solvencia. Este servicio es un servicio crítico que se debe prestar con agilidad y diligencia para que no haya ninguna incidencia en la producción de los eventos de CRTVE.

EXISTENCIA DE PRESUPUESTO

El valor estimado de la licitación es de 3.500.000 euros, IVA no incluido. Está previsto que este presupuesto se consuma durante los próximos cinco años.

El CECO asociado a este pliego es el correspondiente a la Dirección de Comunicación CC01TS4000 y a los elementos de imputación correspondientes a cada uno de los proyectos Next Generation a los que se asociará cada campaña.

Asimismo se da servicio a otras Áreas de la Corporación como la Dirección Comercial o la Dirección de Imagen o el Instituto RTVE yendo esos servicios imputados a su CECO

La anterior contratación de este servicio se hizo a través del expediente: S-02846-2023 - Servicio integral de publicidad y comunicación, medios y soportes publicitarios y asesoramiento.

Para esta nueva licitación, el valor estimado ha sido actualizado con los precios vigentes en el mercado. Tras validar tarifas con proveedores solventes del sector de las agencias de publicidad y marketing, se han ajustado las tarifas al máximo:

PLAN DE COMUNICACIÓN, ESTRATEGIA Y ASESORAMIENTO:

En la anterior licitación se establecía para el adjudicatario un valor estimado máximo de 10.000,00 € por cada 50.000,00 € invertidos en cada campaña. Para esta licitación se establece un valor estimado máximo de 3.750,00 € por cada 25.000,00 € invertidos en cada campaña. De esta manera se podrá ajustar mejor el gasto con campañas menores.

DISEÑO Y PRODUCCIÓN DE PROPUESTAS CREATIVAS

Se han ajustado al máximo las necesidades.

DISEÑO Y PRODUCCIÓN DE ACCIONES ESPECIALES

Con respecto a la última licitación, se ha reducido la comisión máxima estimada que pueda cobrar la agencia de publicidad del 15% al 10%

PLANIFICACIÓN Y COMPRA DE MEDIOS

Con respecto a la última licitación, se ha reducido la comisión máxima estimada que pueda cobrar la agencia de publicidad para medios off line del 5% al 3,5%

Con respecto a la última licitación, se ha reducido la comisión máxima estimada que pueda cobrar la agencia para medios off line del 17% al 10%

Con todos estos ajustes se prevé que el presupuesto estimado sea suficiente para realizar todas las acciones necesarias durante la vigencia del contrato.