

En Madrid, a 21 de marzo de 2025.

ACTA ADJUDICACIÓN

Dña. Nuria M^a Arribas Vera, directora gerente de InLac manifiesta que, para seleccionar al organismo de medición del programa de información y promoción de leche y lácteos en España y Bélgica “*Sustainability Friendly European Dairy Program 2*”, tal y como se especificaba en la convocatoria de referencia, se ha llevado a cabo la fase de adjudicación en dos partes diferenciadas y excluyentes:

1. Valoración de la calidad de las propuestas

Las valoraciones otorgadas por el equipo de InLac (compuesto por la directora gerente, 2 técnicos y un administrativo financiero) se muestran en el **Anexo 1**.

Dado que los dos licitadores obtuvieron una puntuación superior a 10,5, sus propuestas se sometieron a la valoración del precio.

2. Valoración del precio de las propuestas

La proposición económica se puntuó de acuerdo con un criterio de proporcionalidad exclusivamente respecto de la oferta más reducida, a la que se atribuye la puntuación máxima, calculando la ponderación de las demás con arreglo a la siguiente fórmula:

$$P = \text{puntuación máxima} \times (\text{oferta mínima} / \text{oferta a valorar})$$

Por tanto, la puntuación obtenida por los licitadores fue la que se muestra en la siguiente tabla.

DESKMIND RESEARCH		IKERFEL	
P	85,00	P	83,81
Puntuación máxima:	85	Puntuación máxima:	85
Oferta mínima:	48.216 €	Oferta mínima:	48.216 €
Oferta a valorar:	48.216 €	Oferta a valorar:	48.900 €
LEYENDA P: es la puntuación obtenida por cada una de las propuestas. Puntuación máxima: 85. Oferta mínima: es la oferta mínima recibida y que haya llegado a esta fase. Oferta a valorar: es la oferta correspondiente al licitador que se valora.		LEYENDA P: es la puntuación obtenida por cada una de las propuestas. Puntuación máxima: 85. Oferta mínima: es la oferta mínima recibida y que haya llegado a esta fase. Oferta a valorar: es la oferta correspondiente al licitador que se valora.	

Teniendo en cuenta el sumatorio de los puntos obtenidos en la valoración de la calidad técnica y la valoración del precio, la puntuación global de cada uno de los licitadores es la que se refleja en la tabla siguiente:

CONSULTORA	VALORACIÓN CALIDAD TÉCNICA	VALORACIÓN PRECIO	VALORACIÓN FINAL
DESKMIND RESEARCH	13,00	85,00	98,00
IKERFEL	12,50	83,81	96,31

A la vista de los resultados anteriores, la puntuación alcanzada por DESKMIND RESERCH es de 98,00 puntos, por lo que esta mercantil es el organismo de medición seleccionado para llevar a cabo la evaluación del programa de información y promoción de leche y lácteos en España y Bélgica ***“Sustainability Friendly European Dairy Program 2.”***

Y para que conste a los efectos oportunos, firmo el presente documento en Madrid, a 21 de marzo de 2025.

Dña. Nuria M^a Arribas Vera
Directora Gerente de InLac

Todas las reuniones de INLAC respetan estrictamente el derecho de defensa de la competencia. En las mismas se evitará en todo momento la discusión de información confidencial relativa a la estrategia de las empresas y agentes económicos miembro de las Asociaciones y Organizaciones, de la que se pudieran derivar posibles prácticas anticompetitivas. Sólo se tratarán los temas expresamente cerrados en el orden del día. Todos los integrantes de INLAC deben ser conscientes de que la violación de estos principios puede conllevar severas multas económicas e incluso ser considerada como delito.

ANEXO 1

VALORACIÓN DE LA CALIDAD

LICITADOR A VALORAR		DESKMIND RESEARCH
CRITERIOS	PUNTUACIÓN	MOTIVACIÓN
Soluciones innovadoras (máx. 2 puntos).	1,5	La propuesta incluye la incorporación de un target secundario: los influencers (personas con capacidad de influir en el consumidor). Este enfoque permite ampliar la medición del impacto de la campaña.
Mecanismos para asegurar la transparencia y coherencia en la estructura de costos y la organización de la cadena de subcontratación del proyecto si la hubiera (máx. 4 puntos).	3,5	DeskMind Research cuenta con un acuerdo global con Dynata, esta empresa garantiza la calidad en la recolección de muestras a través de una red global de paneles diversificados, metodologías avanzadas de selección y validación, así como un monitoreo continuo para detectar posibles irregularidades. Asimismo, promueve la transparencia proporcionando un desglose detallado de los costos en sus facturas, asegurando claridad en la distribución de recursos y garantizando que no haya costos adicionales no especificados.
Eficacia organizativa, viabilidad y la optimización de recursos en la medición del proyecto, así como las herramientas empleadas en la medición del programa (máx. 4 puntos).	4	Se detalla un plan de trabajo con encuestas en paneles de consumidores, segmentación de públicos y análisis de despacho basado en fuentes oficiales (Comtrade, Eurostat, ICEX, InLac, MAPA y Statbel, ...etc.) y se establece una metodología clara con mediciones pre y post, permitiendo realizar ajustes basados en los resultados obtenidos.
Compromisos de plazos realistas de ejecución y capacidad de entregar hitos a tiempo (máx. 3 puntos).	3	Se establece que el trabajo de campo tendrá un plazo máximo de 20 días y los informes de medición se entregarán en un máximo de 15 días tras la finalización del campo.
Cumplimiento de los KPIs ya establecidos (máx. 2 puntos).	1	Se detallan los KPIs de la campaña en las páginas 11 a 16 del documento, incluyendo indicadores de notoriedad, impacto económico y evolución del consumo. Sin embargo, no ofrecen datos del ROI o Return On Investment para calcular el rendimiento o rentabilidad de una inversión.
RESULTADO	13	

Nota:

- Se valorarán las propuestas otorgándoles una puntuación máxima de 15 puntos.
- Se establecerá una puntuación mínima en 10,5. Se considerarán que no pasan esta fase, todas las propuestas que no tengan la mínima calidad exigida, siguiendo este mismo criterio y puntuación las marcadas por la propia REA para sus concursos en un 70%.
- El licitador se ajustará a los objetivos que se han de medir en el programa (objetivo de concienciación y económico). Se valorarán los criterios anteriormente descritos

LICITADOR A VALORAR		IKERFEL
CRITERIOS	PUNTUACIÓN	MOTIVACIÓN
Soluciones innovadoras (máx. 2 puntos).	1,5	Se destaca el uso de Social Listening para monitorizar menciones en las redes sociales sobre los lácteos, su impacto y la implementación de una herramienta de seguimiento digital para el control y evolución de la campaña.
Mecanismos para asegurar la transparencia y coherencia en la estructura de costos y la organización de la cadena de subcontratación del proyecto si la hubiera (máx. 4 puntos).	2	Aunque se menciona la existencia de una herramienta de seguimiento para controlar la ejecución del programa en tiempo real no se detallan mecanismos de auditoría de costos ni estructuras de subcontratación.
Eficacia organizativa, viabilidad y la optimización de recursos en la medición del proyecto, así como las herramientas empleadas en la medición del programa (máx. 4 puntos).	4	La metodología es clara y está estructurada en 4 etapas. Usa cuestionarios online, encuestas en eventos presenciales y análisis de datos en tiempo real. Existe una planificación de reuniones periódicas y aplicación de controles de calidad.
Compromisos de plazos realistas de ejecución y capacidad de entregar hitos a tiempo (máx. 3 puntos).	3	El cronograma está detallado y presenta actividades con plazos bien definidos. Presenta una revisión periódica de los KPI´s y posibilidad de implementar medidas correctivas.
Cumplimiento de los KPIs ya establecidos (máx. 2 puntos).	2	Se plantean objetivos claros de medición de impacto en el consumo y percepción de los lácteos. Se incluye un análisis de ROI y una evolución de los indicadores claves hasta 2027.
RESULTADO	12,5	

Nota:

- Se valorarán las propuestas otorgándoles una puntuación máxima de 15 puntos.
- Se establecerá una puntuación mínima en 10,5. Se considerarán que no pasan esta fase, todas las propuestas que no tengan la mínima calidad exigida, siguiendo este mismo criterio y puntuación las marcadas por la propia REA para sus concursos en un 70%.
- El licitador se ajustará a los objetivos que se han de medir en el programa (objetivo de concienciación y económico). Se valorarán los criterios anteriormente descritos.

Todas las reuniones de INLAC respetan estrictamente el derecho de defensa de la competencia. En las mismas se evitará en todo momento la discusión de información confidencial relativa a la estrategia de las empresas y agentes económicos miembro de las Asociaciones y Organizaciones, de la que se pudieran derivar posibles prácticas anticompetitivas. Sólo se tratarán los temas expresamente cerrados en el orden del día. Todos los integrantes de INLAC deben ser conscientes de que la violación de estos principios puede conllevar severas multas económicas e incluso ser considerada como delito.