

**EXPEDIENTE TCV02/24:** *Contratación de la definición y desarrollo de una estrategia de marketing online de la Comunitat Valenciana de ámbito nacional e internacional. Lote 2: estrategia de marketing en el mercado chino*

## **INFORME SOBRE LA INCIDENCIA EN LA INFORMACIÓN FACILITADA PARA LA VALORACIÓN DE LOS CRITERIOS QUE NO DEPENDEN DE UN JUICIO DE VALOR.**

El procedimiento de contratación TCV02/24 lote 2 establece para su valoración criterios objetivos o que dependen de la aplicación de fórmulas tal y como se detalla en el Anexo I del Pliego de Cláusulas Administrativas.

Los criterios de adjudicación serán el resultado de aplicar fórmulas en función del precio ofrecido por el licitador y el número de impactos en cuanto a la visibilidad de la estrategia de comunicación, incluyendo el porcentaje de comisión como agencia. También, y de acuerdo con el DECRETO 118/2022, de 5 de agosto, del Consell, se establecen unos criterios de adjudicación de carácter social y laboral.

### **Criterios cuantificables automáticamente (que no dependen de un juicio de valor) (hasta 30 puntos):**

- **B1) Oferta económica de toda la estrategia de contenidos y redes sociales en china.** Hasta un máximo de 15 puntos.

El parámetro a considerar será el precio conjunto de los servicios incluidos en toda la estrategia salvo las acciones de comunicación singulares con operadores y agencias online chinas.

Fórmula para calcular la puntuación:

$$\text{Puntuación} = 15 \text{ puntos} * ((\text{Precio licitación} - \text{oferta licitador}) / (\text{Precio licitación} - \text{mejor oferta}))$$

Se ha seleccionado esta fórmula siguiendo las recomendaciones efectuadas por la Sindicatura de Comptes de la Comunitat Valenciana en sus Informes de control formal de las sociedades mercantiles, entidades públicas empresariales y otras entidades de derecho público de la Generalitat, y según Instrucción de la Directora de TCV de fecha 28/11/2023 publicada en la intranet. Por lo tanto, se utiliza una fórmula de valoración proporcional inversa ponderada, que compare la oferta realizada a valorar con la oferta más económica, pero considerando el precio de la licitación pública, con lo que las ofertas que igualen el presupuesto base de licitación obtendrán cero puntos.

- **B2) Visibilidad de las acciones de comunicación singulares con operadores y agencias online chinas.** Hasta un máximo de 15 puntos.

El parámetro a considerar en la **publicidad en operadores, agencias online, rrrs viajeras y metabuscadores** será el número de impresiones y visualizaciones incluidas en la oferta presentada, así como la comisión de agencia aplicada por la empresa licitadora.

Fórmula para calcular la puntuación:

$$\text{Puntuación} = 12 \text{ puntos} * (\text{impresiones} + \text{visualizaciones oferta} / \text{impresiones} + \text{visualizaciones máximas}) + 3 \text{ puntos} * (\text{comisión agencia mínima} / \text{comisión agencia oferta})$$

**Criterios de adjudicación de carácter social de acuerdo con el DECRETO 118/2022, de 5 de agosto, del Consell, por el que se regula la inclusión de cláusulas de responsabilidad social en la contratación pública y en las convocatorias de ayudas y subvenciones. Hasta un máximo de 30 puntos.**

- C1) En materia de inserción laboral e inclusión social – 10 puntos  
El compromiso de incorporar en las nuevas contrataciones, bajas y sustituciones que se produzcan durante la ejecución del contrato a jóvenes que accedan a su primer empleo, o sean menores de 30 años y se encuentren en situación de desempleo durante al menos seis meses, en un porcentaje mínimo del 50%.
- C2) En materia de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres – 10 puntos  
El compromiso de aplicar para la plantilla que ejecute el contrato medidas concretas de corresponsabilidad y conciliación de la vida personal, laboral y familiar, que superen lo establecido legal y convencionalmente o que mejoren los mínimos establecidos como condición especial de ejecución cuando se hayan establecido como tal, especialmente cuando se trate de personas trabajadoras con discapacidad/diversidad funcional o que tengan a su cuidado a personas con discapacidad/diversidad funcional o en situación de dependencia. Para su valoración, la empresa o entidad licitadora deberá especificar detalladamente las medidas de conciliación previstas.
- C3) En materia de calidad laboral – 10 puntos  
El compromiso de una adecuada formación continua para las personas que ejecutarán el contrato. La empresa o entidad licitadora deberá facilitar el plan de formación continua para su valoración.

**1- OFERTAS PRESENTADAS**

Se ha analizado la oferta presentada por la mercantil Enasia Gestión S.L.

CRITERIOS		Enasia Gestión S.L.	
B1	Oferta económica de toda la estrategia de contenidos y redes sociales en China	355.500 €	
B2	Visibilidad de las acciones de comunicación singulares con operadores y agencias online chinas	Impresiones y visualizaciones	8,7 millones
		Comisión de agencia	6%
C1	En materia de inserción laboral e inclusión social	Sí	
C2	En materia de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres	Sí	
C3	En materia de calidad laboral	Sí	

## **2- INCIDENCIA EN EL PRECIO OFERTADO PARA EL CRITERIO B1**

El precio cumplimentado por la licitadora en el formulario no permite aplicar la fórmula detallada en el Anexo I para el criterio B1, pues aparentemente ha ofertado el precio total de la estrategia para el mercado chino, en vez del dato necesario para aplicar la fórmula.

El anexo I en su apartado LL, tal y como se detalla al inicio de este informe es:

“El parámetro a considerar será el precio conjunto de los servicios incluidos en toda la estrategia salvo las acciones de comunicación singulares con operadores y agencias online chinas.”

Sin embargo, aparentemente el precio facilitado por la empresa licitadora es el precio global de la estrategia incluyendo las acciones de comunicación singulares con operadores y agencias online.

Asimismo, el precio ofertado no permite el cálculo establecido en el apartado M para las ofertas anormales o desproporcionadas, ya que en el mismo se establece para dicho cálculo en este lote 2 que la cifra a confrontar es el importe correspondiente al criterio B1 (presupuesto de licitación 247.933,88 euros), sobre el que se establecen los umbrales por debajo de los cuales las ofertas económicas de los licitadores se considerarán valores económicos anormales o desproporcionados.

Este error puede considerarse justificado ya que en el formulario facilitado en la licitación (anexo VIII) no se refuerza el hecho de que no debe incluirle el precio de las acciones de comunicación singulares como operadores y agencias online chinas.

Por lo tanto, desde esta área se considera necesario solicitar aclaración de la oferta presentada por la licitadora Enasia Gestión S.L. con el fin de poder aplicar las fórmulas establecidas en el expediente, salvo mejor criterio u opinión por parte de la mesa y órgano de contratación.

Sergio Bellentani  
Jefe Servicio Marketing Online y Publicidad

Carmen Sahuquillo  
Jefa Área de Marketing y Producto Turístico