



MINISTERIO
DE DEFENSA

EJÉRCITO DEL AIRE Y DEL ESPACIO

MINISTERIO DE DEFENSA

BASE AÉREA DE TORREJÓN

SEA 22

CSV: 2030012mfaYdMOAbIKXqllIEy70h+YzjJ4= - <http://sede.defensa.gob.es>

FIRMA ELECTRÓNICA MINISDEF-EC-WFG-PKI
Apellidos y Nombre: MONASOR PEREZ, VICENTE
Cargo: EL COMANDANTE JEFE INTERINO DE LA SEA 22
Fecha: 23/09/2024 09:11

Memoria de Criterios de Adjudicación en los contratos del Sector Público



1. DATOS GENERALES DEL CONTRATO

TÍTULO DEL EXPEDIENTE	2024/EA22/00001561 -E, CUYO OBJETO ES: "Adquisición de productos de limpieza para la Base Aérea de Torrejón"
OBJETO DEL CONTRATO	ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS DE LIMPIEZA PARA LA BASE AÉREA DE TORREJÓN
PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN (PBL)	40.833,00 €

2. CRITERIO RELACIONADO CON EL COSTE

2.1. PRECIO (Puntuación Máxima: 55 puntos)

DESCRIPCIÓN DEL CRITERIO	Media ponderada (de un artículo o listado de artículos). Para el cálculo del criterio precio se multiplicará el precio ofertado para cada artículo con la ponderación asignada. En el caso de existir un único artículo en el lote o expediente correspondiente la ponderación será del 100%; en caso contrario se atenderá al porcentaje de ponderación que para cada artículo se establezcan en el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares.
FÓRMULA UTILIZADA PARA SU PUNTUACIÓN	$\text{Puntuación oferta } i = 55 \times \left(1 - \left[\frac{\text{Precio Oferta PON } i - \text{Oferta más barata POND}}{\text{Precio Oferta Max.}} \right] \right)$
COMPORTAMIENTO DE LA FÓRMULA	La fórmula tiene una función lineal.
MOTIVACIÓN DE LA ELECCIÓN	La fórmula elegida comprara las ofertas presentada entre sí, sin comparar el descuento realizado respecto el precio máximo de licitación, y su elección se justifica por los siguientes motivos: <ol style="list-style-type: none">1. La importancia de la competencia que opera entre las empresas destinadas a la fabricación y suministros de material de vestuario. Se trata de un sector industrial donde existen una amplia pluralidad de empresas, por lo que en las licitaciones suelen concurrir numerosas ofertas. Esto implica la existencia de varias ofertas que se compran entre sí, asignando una mayor puntuación a la oferta más barata (en términos ponderados).2. La fórmula aplicada no dispersa en exceso las puntuaciones asignadas, sino que las agrupa realizando una asignación de puntuaciones sin que exista una amplia banda de puntuación.



CSV: 2030012mfaYdMOAbIKXqllIEy70h+ YzjJ4= - http://sede.defensa.gob.es

	<p>Con esta reducción de la banda de puntuación, se pretende conseguir que el criterio del precio no se transforme en el único determinante para la adjudicación, de manera que el resto de puntuación asignada a los otros criterios actúe de manera real. Con ello se consigue dar importancia a la puntuación de los criterios sometidos a juicio de valor y al resto de criterios cuantificables automáticamente, y por lo tanto seleccionar al adjudicatario en función del criterio: mejor calidad-precio.</p> <p>3. La aplicación de otras fórmulas implica el establecimiento de un Valor de Referencia. El presente expediente tiene por objeto la adquisición de material de vestuario, en cuyo mercado influyen numerosos factores, por lo que resulta difícil establecer un valor que actúe referencia para la comparación de las ofertas (la situación del mercado posee una alta variabilidad, por lo que el establecimiento de un Valor de Referencia en función de una serie de causas puede resultar inoperante). Se estima más adecuado que la competencia de los licitadores actúe como factor de equilibrio.</p>
REFERENCIA DE PuntuACIÓN	La referencia de la puntuación se efectúa sobre varios elementos: (i) el precio ofertado por la empresa valorada, (ii) la oferta económicamente más ventajosa que sea válidamente presentada y (iii) la oferta económica menos ventajosa.
CRECIMIENTO	Las ofertas reciben más puntuación cuanto mayor es el descuento ofertado respecto al resto de ofertas presentadas.
LÍMITE DE SATURACIÓN	<p>No existe límite de saturación. No existe un precio a partir del cual no se obtiene mayor puntuación.</p> <p>En una concurrencia de licitadores, un precio inferior implicará, en todo caso, una puntuación mayor. Solo en el supuesto de un único licitador, la disminución en el precio no implica variación en la puntuación.</p> <p>Se estima una alta probabilidad de concurrencia de una pluralidad de licitadores.</p>
OFERTA PEOR PuntuADA	La oferta peor puntuada será la oferta más elevada de entre las ofertas presentadas, aquella que represente un menor porcentaje de descuento sobre el resto de ofertas presentadas.
PuntuACION MÍNIMA	<p>La puntuación mínima posible no será en ningún caso 0 puntos. La fórmula seleccionada no otorga 0 puntos a la oferta más cara (de entre las presentadas) sino que distribuye la banda de puntuación en función del descuento efectuada en comparación con la oferta económicamente más ventajosa.</p> <p>Pese a realizar una oferta idéntica al precio máximo de licitación, sin representar ningún descuento, la oferta recibirá una puntuación que no será 0.</p>
OFERTA MEJOR PuntuADA	<p>La oferta que obtendría la mejor puntuación será aquella más barata de entre las presentadas y que represente un mayor porcentaje de rebaja.</p> <p>En la fórmula utilizada no existe Valor de Referencia.</p>
PuntuACIÓN MÁXIMA	La puntuación máxima posible será igual al número máximo de puntos asignado al criterio precio.
BANDA DE PuntuACIÓN	La diferencia entre la puntuación que obtendría la mejor oferta esperable y la mínima puntuación posible es aproximadamente un 25/45% de la puntuación asignada al criterio precio. Este porcentaje se deriva de: (i) el precio máximo de licitación se encuentra debidamente ajustado al mercado (ii) se estima la concurrencia de ofertas que rebajen el precio máximo de licitación en un porcentaje desde el 10 hasta el 30 por ciento del valor estimado.



	<p>De la aplicación de la fórmula seleccionada se produce una reducción en la amplitud de la banda de puntuación. La dispersión que existe entre las puntuaciones asignadas será reducida.</p>
<p>PONDERACIÓN DEL CRITERIO ECONÓMICO</p>	<p>Para el cálculo del criterio precio:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Se multiplicará el precio ofertado para cada artículo con la ponderación asignada2. Se realizará un sumatorio de los valores ponderados resultantes.3. El sumatorio de cada oferta ponderada se compara con la oferta económicamente más ventajosa y con la oferta menos ventajosa (ambas ponderadas). <p>En el caso de existir una pluralidad de artículos; el valor ponderado asignado a cada artículo se asigna en función de dos elementos: (i) la importancia cuantitativa del artículo, a mayor precio o mayor unidades estimadas de adquisición, mayor porcentaje de ponderación; (ii) la importancia cualitativa del artículo la cual dependerá de diversos factores tales como: la necesidad o urgencia del suministro, complejidad de fabricación o distribución, o la especialidad o singularidad del artículo.</p>
<p>BANDA DE PUNTUACIÓN (PONDERADA)</p>	<p>No existe una banda de puntuación ponderada.</p>
<p>VALOR ECONÓMICO DEL PUNTO</p>	<p>La estimación del esfuerzo económico para la consecución de un punto por el presente criterio económico resulta de difícil previsión, debido a que la asignación de puntos se efectúa sobre la comparación de las ofertas entre sí y su descuento efectuado.</p> <p>En el momento de elaboración de la presente memoria se desconoce el número concreto de empresas y las ofertas que puedan presentar.</p>



3 CRITERIOS RELACIONADOS CON OTROS VALORES OBJETIVOS DISTINTOS DEL COSTE.

3.1. REFERENCIA A LA MARCA (Puntuación Máxima: 25 puntos)

DESCRIPCIÓN DEL CRITERIO	Referencia a la marca Para la distribución de la puntuación del Criterio de referencian a la marca, se valorarán (i) las marcas ofertas en el listado Excel
VINCULACIÓN Y VALOR APORTADO AL OBJETO DEL CONTRATO	La importancia de dicho criterio recae sobre el aseguramiento de la eficiencia en los productos suministrados.
TIPO DE CRITERIO	Es un criterio objetivo.
FORMA DE VALORACIÓN	Se valorará las marcas ofertadas como primeras marcas, entendiéndose como primeras marcas los artículos en general marcados con asterisco: la misma que figura como referencia. Se valorará como primera marca aquellas que estén ampliamente contrastada a nivel de mercado. En caso de que se oferte una marca o denominación diferente, el órgano técnico contrastará si las características técnicas de la marca ofertada coinciden, al menos, con la definida como “primera marca”, a efectos de asignar la puntuación correspondiente, de manera que: - Si la marca ofertada es de calidad igual o superior a la “primera marca”, o coincide con la “Primera Marca”, se asignará un (1) punto por artículo. - Si la marca ofertada es de calidad inferior a la “primera marca”, en caso de no coincidir con la “Primera Marca”, se asignará cero (0) puntos por artículo. La no presentación de la oferta técnica será causa de exclusión del proceso de licitación.
FÓRMULA O SISTEMA DE PUNTUACIÓN	Se valorará con 1 puntos cada artículo del PPT Anexo I de los artículos clasificados con primera marca
OFERTA PEOR PUNTUADA	La oferta peor puntuada sería aquella que no oferte ninguna marca catalogada como primera marca
PUNTUACION MÍNIMA	0 puntos
OFERTA MEJOR PUNTUADA	La oferta mejor puntuada sería aquella que presentara todas las marcas catalogadas como primeras marcas
PUNTUACIÓN MÁXIMA	25 puntos.



BANDA DE PUNTUACIÓN	La banda de puntuación es de 0 a 25 puntos.
----------------------------	---

3.2. CRITERIOS MEDIOAMBIENTALES (Puntuación Máxima: 20 puntos)

DESCRIPCIÓN DEL CRITERIO	<p>Presentación de etiqueta certificado ECOLABEL</p> <p>Para la distribución de la puntuación del Criterio de presentación de la etiqueta ECOLABEL, se valorarán (i) si los productos definidos en el listado Excel como susceptibles de tener dicha etiqueta la presentan o no.</p>
VINCULACIÓN Y VALOR APORTADO AL OBJETO DEL CONTRATO	La importancia de dicho criterio recae sobre la obtención de la certeza de que los productos que dispongan de la etiqueta ECOLABEL aseguran un proceso de fabricación, composición y/o utilización más respetuosos con el medioambiente.
TIPO DE CRITERIO	Es un criterio objetivo.
FORMA DE VALORACIÓN	<p>Se valorará los productos que presenten la etiqueta ECOLABEL, de manera que:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Si el producto ofertado presenta la etiqueta ECOLABEL, se asignará un (1) punto por artículo. - Si el producto ofertado NO presenta la etiqueta ECOLABEL, se asignará cero (0) puntos por artículo. <p>La no presentación de la oferta técnica será causa de exclusión del proceso de licitación.</p>
FÓRMULA O SISTEMA DE PUNTUACIÓN	Se valorará con 1 puntos cada artículo del PPT Anexo I de los artículos habilitados como susceptibles de presentar etiqueta ECOLABEL
OFERTA PEOR PUNTUADA	La oferta peor puntuada sería aquella que no presente en ninguno de los productos habilitados al efecto la etiqueta ECOLABEL
PUNTUACION MÍNIMA	0 puntos
OFERTA MEJOR PUNTUADA	La oferta mejor puntuada sería aquella que presente en todos los productos habilitados al efecto la etiqueta ECOLABEL
PUNTUACIÓN MÁXIMA	20 puntos.
BANDA DE PUNTUACIÓN	La banda de puntuación es de 0 a 20 puntos.