

## **MEMORIA JUSTIFICATIVA DEL CONTRATO NECESARIO PARA EL SUMINISTRO DE ARTÍCULOS PROMOCIONALES DE LA TIENDA UMH**

En cumplimiento a lo dispuesto en el artículo 116 de la Ley de Contratos del Sector Público (en adelante LCSP), se redacta la siguiente memoria justificativa de la necesidad de celebrar un acuerdo marco para seleccionar y homologar un número limitado de empresas para realizar el suministro de artículos promocionales para la tienda de la Universidad Miguel Hernández.

1. OBJETO DEL CONTRATO
2. TIPO DE CONTRATO
3. DURACIÓN DEL ACUERDO
4. CRITERIOS DE SOLVENCIA
5. VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO Y PRESUPUESTO DE LICITACIÓN
6. CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN
7. MODIFICACIÓN DEL CONTRATO
8. CONTRATOS BASADOS
9. CONDICIÓN ESENCIAL

**SERVICIO DE COMUNICACIÓN, MARKETING Y ATENCIÓN AL ESTUDIANTADO**

Edificio Rectorado y Consejo Social. Avda. de la Universidad, s/n -03202 ELCHE  
Telf.: 96 665 8743



## 1. OBJETO DEL CONTRATO

El presente contrato tiene por objeto el establecimiento de un Acuerdo Marco de homologación de empresas suministradoras de artículos promocionales de la Universidad Miguel Hernández de Elche (en lo sucesivo UMH) para su venta en la tienda de la UMH

El Acuerdo Marco comprenderá la determinación de las empresas suministradoras de cada uno de los lotes y de las especificaciones de los productos a suministrar y otras condiciones generales del suministro, así como los términos básicos a los que habrán de ajustarse los contratos que se deriven del presente Acuerdo Marco.

Las características técnicas del material requerido constan en el correspondiente Pliego de Prescripciones Técnicas.

A los efectos del artículo 99.7 de la ley 9/2017 de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, y dada la naturaleza del contrato, el mismo se divide en 2 lotes diferenciados, no estableciéndose limitaciones a la licitación de lotes o a la adjudicación de lotes a una misma empresa adjudicataria.

Los lotes se dividirán de la siguiente manera:

LOTE 1. ARTÍCULOS PROMOCIONALES

LOTE 2. ROPA PRÁCTICAS

Para que la oferta de la empresa que se presente al Lote 1 sea considerada válida, la mercantil deberá presentar oferta como mínimo al 75% de los productos referenciados en el Lote 1 (51 artículos).

Para que la oferta de la empresa que se presente al Lote 2 sea considerada válida, la mercantil deberá presentar oferta al 100% de los productos referenciados en dicho lote.

El hecho de que una empresa esté incluida en el acuerdo marco no implica que la UMH tenga la obligación de compra alguna con el adjudicatario. El acuerdo marco es un instrumento de homologación de empresas y artículos para facilitar el proceso de contratación de los mismos. Las empresas adjudicatarias no podrán exigir la prestación de un número determinado de servicios o la futura contratación de un importe mínimo como condición para formalizar el acuerdo.

SERVICIO DE COMUNICACIÓN, MARKETING Y ATENCIÓN AL ESTUDIANTADO

Edificio Rectorado y Consejo Social. Avda. de la Universidad, s/n -03202 ELCHE  
Telf.: 96 665 8743



## 2. TIPO DE CONTRATO

Es un contrato de suministros sujetos a regulación armonizada, de acuerdo al art. 21. B. de la LCSP “Están sujetos a regulación armonizada los contratos de suministro cuyo valor estimado sea igual o superior a las siguientes cantidades: ... b) 215.000 euros, cuando se trate de contratos de suministros distintos, por razón del sujeto contratante o por su razón de su objeto, de los contemplados en la letra anterior. (“a)...Administración General del Estado, sus Organismos Autónomos o las Entidades Gestoras y Servicios Comunes de la Seguridad Social.”

Se establece la celebración de un Acuerdo Marco, de acuerdo a los art. 219 al 222 de la LCSP, utilizando el procedimiento abierto, art. 156 al 158 de la LCSP, entendiendo que es la mejor manera para dar respuesta a las necesidades actuales, ya que posibilita la adjudicación a varias empresas, ordenando y racionalizando dicho suministro por parte de la UMH, consiguiendo:

- Ahorro en tiempo: se evitará la tramitación de una gran variedad de contratos menores.
- Ahorro en precio: la competitividad entre ellos hace que los precios se oferten más ajustados.
- Cumplimiento de la legalidad: se cumple con los requisitos establecidos en el procedimiento de adjudicación que corresponda, evitando el fraccionamiento de un contrato, sin eludir los requisitos de publicidad que corresponda.

## 3. DURACIÓN DEL ACUERDO

Dados los acontecimientos económicos que se están dando en el momento actual, que están afectando tanto a España como al resto del mundo, como son la inflación, la volatilidad de los mercados, el aumento de precios de las materias primas, etc, hacen aconsejable, establecer un periodo de vigencia inicial de **UN AÑO, prorrogable anualmente por TRES MÁS**, ya que es difícil conocer la evolución del mercado en un futuro más lejano, y por tanto, establecer un plazo de vigencia más amplio, dificultaría la participación de las empresas.

En ningún caso la vigencia del acuerdo marco, incluyendo todas sus prórrogas, podrá exceder de CUATRO años.

SERVICIO DE COMUNICACIÓN, MARKETING Y ATENCIÓN AL ESTUDIANTADO  
Edificio Rectorado y Consejo Social. Avda. de la Universidad, s/n -03202 ELCHE  
Telf.: 96 665 8743



No obstante, de conformidad con el artículo 29.4 LCSP, cuando al vencimiento del contrato no se hubiera formalizado el nuevo contrato que garantice la continuidad de la prestación a realizar, como consecuencia de incidencias resultantes de acontecimientos imprevisibles para el órgano de contratación, producidas en el procedimiento de adjudicación y existan razones de interés público para no interrumpir la prestación, se podrá prorrogar el contrato originario hasta que comience la ejecución del nuevo contrato y en todo caso por un periodo máximo de nueve meses, sin modificar las restantes condiciones del contrato, siempre que el anuncio de licitación del nuevo contrato se haya publicado con una antelación mínima de tres meses, respecto de la fecha de finalización del contrato originario.

#### **4. CRITERIOS DE SOLVENCIA**

Con el fin de que las empresas garanticen el suministro adecuadamente y de acuerdo a los artículos 86, 87 y 89 de la LCSP, se han determinado los siguientes criterios de solvencia, entendiéndose que tanto la facturación como la realización de dichos trabajos, son unos buenos indicadores para medir la capacidad de las empresas para hacer frente al ámbito al que se refiere dicho contrato.

Así mismo, con el fin de facilitar el acceso a las Pymes, y conseguir el mayor número de empresas licitadoras posible, y proponiendo como adjudicatarias del Acuerdo Marco a un máximo de **diez empresas en el Lote 1 y cinco empresas en el Lote 2**, se estima conveniente solicitar la siguiente solvencia:

- **Solvencia económica y financiera:** se acreditará por las empresas licitadoras que su volumen anual de negocios (referido al mejor ejercicio de los tres últimos años disponibles en función de las fechas de constitución o de inicio de sus actividades del empresario y de presentación de las ofertas) es importe igual o superior a la mitad del importe que figura como presupuesto anual del lote anual del lote al que se licita.

Si la empresa presentase oferta a los dos lotes, el volumen anual de negocios que tendrá que acreditar a estos efectos tendrá que ser igual o superior a la suma de la mitad de los presupuestos anuales de los lotes a los que presente la oferta.

La acreditación de este criterio de volumen anual de negocios se efectuará por medio de las cuentas anuales aprobadas y depositadas en el Registro Mercantil,

SERVICIO DE COMUNICACIÓN, MARKETING Y ATENCIÓN AL ESTUDIANTADO  
Edificio Rectorado y Consejo Social. Avda. de la Universidad, s/n -03202 ELCHE  
Telf.: 96 665 8743



o en el registro oficial correspondiente, o certificado de autoría de la empresa licitadora y, en el caso de empresarios individuales no inscritos en el Registro Mercantil mediante sus libros de inventario y cuentas anuales legalizadas por el Registro Mercantil.

- **Solvencia técnica:** se acreditará por las empresas licitadoras mediante la aportación de una relación de los principales suministros realizados, durante los tres últimos años, de igual o similar naturaleza al del Lote o Lotes a los que presente oferta indicando importe, fecha y destinatario de dichos suministros.

Estos trabajos deberán ser acreditados, cuando el destinatario sea una entidad del sector público mediante la certificación o visado expedido por el órgano competente, o cuando el destinatario sea una entidad privada, mediante certificado o declaración responsable de la empresa. El importe anual a certificar deberá ser como mínimo, el correspondiente al 30% del presupuesto anual del lote al que se presenta.

A los efectos de determinar la correspondencia entre los trabajos acreditados y los que constituyen el objeto del contrato, se atenderá a la coincidencia de los tres primeros dígitos del código CPV del contrato que se licita, siendo éste por lotes el siguiente:

- **Lote 1. ARTÍCULOS PROMOCIONALES.**

CPV 39294100: Productos de información y promoción.

CPV 22462000 (Material de publicidad).

- **Lote 2. ROPAS PRÁCTICAS.**

CPV 18100000: Ropa de trabajo, ropa de trabajo especial y accesorios.

A la hora de determinar los importes requeridos para la solvencia económica y técnica se ha valorado que nos encontramos ante un sector que está formado por multitud de pequeñas y medianas empresas, con niveles de facturación moderados. Por consiguiente, las cantidades exigidas no son muy elevadas con el objeto de dar cabida al mayor número de empresas posible.

SERVICIO DE COMUNICACIÓN, MARKETING Y ATENCIÓN AL ESTUDIANTADO

Edificio Rectorado y Consejo Social. Avda. de la Universidad, s/n -03202 ELCHE  
Telf.: 96 665 8743



## 5. VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO Y PRESUPUESTO DE LICITACIÓN

En aplicación del artículo 100.3 de la Ley de Contratos del Sector Público, el presente expediente no lleva aparejado la aprobación del presupuesto base de licitación al estar las entregas subordinadas a las necesidades, y no pudiendo ser definidas con exactitud al tiempo de celebrar el mismo. Así mismo, en aplicación al art. 100.3 LCSP, no es necesaria su aprobación por tratarse de un Acuerdo Marco.

Para determinar los suministros y precios del presente expediente, se ha realizado el siguiente análisis:

- Análisis de compras correspondiente a los años 2020, 2021, 2022 y 2023 en la tienda de la UMH, detallado en el estudio económico.
- Análisis de precios actuales de mercado.

Atendiendo a los valores obtenidos, y siendo la adquisición de material corporativo variable, dependiendo de las necesidades del momento y de la demanda, se ha estimado un **PRESUPUESTO para el contrato de CIENTO CINCUENTA Y SIETE MIL TRESCIENTOS EUROS [157.300 €: (130.000€ + 27.300€ en concepto de I.V.A.)]** sin que exista obligación de disponer de la totalidad de dicha cuantía, siendo el desglose por lote el siguiente:

LOTE	BASE IMPONIBLE	IVA (21 %)	PRESUPUESTO DE LICITACIÓN
Lote 1	121.500 €	25.515 €	147.015 €
Lote 2	8.500 €	1.785 €	10.285 €
<b>TOTAL</b>	<b>130.000 €</b>	<b>27.300 €</b>	<b>157.300 €</b>

El **VALOR ESTIMADO TOTAL DEL CONTRATO** es de **SEISCIENTOS VEINTICUATRO MIL EUROS (624.000 €)**, incluyendo el año de vigencia del Acuerdo Marco, sus posibles prórrogas, así como su posible modificación de hasta el 20%.

SERVICIO DE COMUNICACIÓN, MARKETING Y ATENCIÓN AL ESTUDIANTADO  
Edificio Rectorado y Consejo Social. Avda. de la Universidad, s/n -03202 ELCHE  
Telf.: 96 665 8743



LOTE	IMPORTE ANUAL INICIAL (S/IVA)	IMPORTE PRÓRROGA 1+1+1 AÑOS (S/IVA)	IMPORTE TOTAL 4 AÑOS (S/IVA)	IMPORTE MODIFICACIONES 4 AÑOS (20%)	TOTAL CONTRATO 4 AÑOS (S/IVA)
LOTE 1 ART. PROMOCIONALES	121.500 €	454.500 €	486.000	97.200 €	583.200 €
LOTE 2. ROPA DE PRÁCTICAS	8.500 €	25.500 €	34.000 €	6.800 €	40.800 €
<b>TOTAL</b>	<b>130.000 €</b>	<b>390.000 €</b>	<b>520.000 €</b>	<b>104.000 €</b>	<b>624.000 €</b>

En el modelo de oferta económica cada uno de los productos tiene fijado un precio máximo. Los licitadores deberán presentar oferta económica a cada uno de los productos que oferte por valor igual o inferior al precio máximo determinado para que su solicitud sea válida.

Los precios que regirán durante la ejecución del Acuerdo marco serán los ofertados por las empresas licitadoras en su proposición que, en ningún caso, podrán superar los precios máximos fijados en el Anexo I del PPT.

A todos los efectos, se entenderá que los precios ofertados incluyen todos los gastos que se originen para las empresas adjudicatarias como consecuencia del cumplimiento de las obligaciones contempladas en el presente pliego, como son los generales, financieros, beneficio, seguros, transportes y desplazamientos, honorarios del personal técnico a su cargo, tasas y toda clase de tributos que sean de aplicación según las disposiciones vigentes, así como el Impuesto sobre el Valor Añadido. No obstante, la cantidad correspondiente al IVA deberá figurar como partida independiente, tal y como se dispone en la LCSP. El volumen total de gasto vendrá determinado por las solicitudes concretas realizadas por la universidad en función de sus necesidades durante la vigencia del acuerdo marco.

No procede **revisión de precios** conforme al artículo 103 de la LCSP, pero SÍ es posible mejora de precios a la baja.

SERVICIO DE COMUNICACIÓN, MARKETING Y ATENCIÓN AL ESTUDIANTADO  
 Edificio Rectorado y Consejo Social. Avda. de la Universidad, s/n -03202 ELCHE  
 Telf.: 96 665 8743



## 6. CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN

Se aplicarán criterios cuantificables mediante fórmulas, por considerarse que se trata de la forma más adecuada al tratarse de una adquisición de suministros definida, en la que se contempla la reducción en los costes ofertados por la empresa adjudicataria y no se contemplan mejoras de tipo técnico.

El acuerdo marco homologará a aquellas empresas licitadoras que hayan resultado **clasificadas entre las diez primeras para el Lote 1, y entre las 5 primeras para el Lote 2**, de conformidad con el criterio que va a servir para homologar empresas, que va a ser un **criterio de precio** para los dos lotes:

<u>CRITERIO</u>	<u>PONDERACIÓN</u>
<b>CRITERIOS EVALUABLES MEDIANTE FÓRMULAS</b>	<b>100 PUNTOS</b>
1. OFERTA ECONÓMICA	100

Los licitadores presentarán su oferta conforme al **MODELO** e instrucciones que constan en el mismo y que acompaña al presente pliego. Así mismo, la oferta deberá presentarse en formato PDF y EXCEL.

Para que la oferta de la empresa que se presente al **Lote 1** sea considerada **válida, las mercantiles deberán presentar oferta como mínimo al 75% de los productos** referenciados en el Lote 1 (51 artículos).

Para que la oferta de la empresa que se presente al **Lote 2** sea considerada válida, **las mercantiles deberán presentar oferta al 100% de los productos** referenciados en dicho lote.

### FORMA DE VALORACIÓN

- **LOTE 1: Oferta económica 100 puntos**

Para el **Lote 1**, los precios ofertados se valorarán de conformidad con lo establecido a continuación:

Cada producto se evalúa por separado y se asigna una puntuación basada en el precio ofertado por las empresas. Para cada producto, la mercantil que ofrezca el precio más económico recibe la puntuación máxima. A las demás empresas se les asigna una

SERVICIO DE COMUNICACIÓN, MARKETING Y ATENCIÓN AL ESTUDIANTADO

Edificio Rectorado y Consejo Social. Avda. de la Universidad, s/n -03202 ELCHE  
Telf.: 96 665 8743



puntuación proporcional al precio ofertado (en función de cuánto se desvía su precio del precio más económico).

Los precios de las ofertas de las empresas licitadoras se valorarán de conformidad con lo establecido a continuación:

1. Valoración de precio/unidad de cada uno de los artículos por tramos, se calcula de acuerdo con las siguientes ponderaciones y tramos:

- **Artículos Nº 1 al 17** del Modelo de oferta económica la ponderación es del 40 %, lo que equivale a **40 puntos máximo** para este tramo. La puntuación por artículo, precio y tramo se calcula con la siguiente fórmula:

$$Puntuación = 40 * \frac{Mejor\ oferta}{Oferta\ considerada}$$

- De los **artículos Nº 18 al 69** del Modelo de oferta económica la ponderación es del 55 %, lo que equivale a **55 puntos máximo** para este tramo. La puntuación por artículo, precio y tramo se calcula con la siguiente fórmula:

$$Puntuación = 55 * \frac{Mejor\ oferta}{Oferta\ considerada}$$

- De los **artículos Nº 65 al 69** del Modelo de oferta económica la ponderación es del 5 %, lo que equivale a **5 puntos máximo** para este tramo. La puntuación por artículo, precio y tramo se calcula con la siguiente fórmula:

$$Puntuación = 5 * \frac{Mejor\ oferta}{Oferta\ considerada}$$

2. Cálculo de la media de la puntuación por tramos, sumando la puntuación obtenida por cada uno de los artículos de ese tramo y dividiéndolo entre el número de artículos ofertados en el tramo.

3. Sumatorio de la puntuación obtenida en cada uno de los tramos.

Esto significa que los productos de textil tienen la mayor influencia en la puntuación final, seguidos por los productos 18 al 69, y finalmente los productos 65 al 69.

SERVICIO DE COMUNICACIÓN, MARKETING Y ATENCIÓN AL ESTUDIANTADO

Edificio Rectorado y Consejo Social. Avda. de la Universidad, s/n -03202 ELCHE  
Telf.: 96 665 8743



Este sistema permite a la UMH evaluar a los proveedores de manera justa y transparente.

**Resultarán excluidas aquellas ofertas que no incorporen el 75 % de los productos del Lote I incluido en el Pliego de Prescripciones Técnicas.**

- **LOTE 2: Oferta económica 100 puntos**

Cada producto se evalúa por separado y se asigna una puntuación basada en el precio ofertado por los proveedores. Para cada producto, el proveedor que ofrece el precio más económico recibe la puntuación máxima. A las demás empresas se les asigna una puntuación proporcional al precio ofertado (en función de cuánto se desvía su precio del precio más económico).

1. La valoración de precio/unidad de cada uno de los artículos por tramos, se calcula con la siguiente fórmula:

$$Puntuación = 100 * \frac{Mejor\ oferta}{Oferta\ considerada}$$

2. Sumatorio de la puntuación obtenida en cada uno de los artículos, dividido entre el número de artículos ofertados.

**Observaciones:**

Obtenida la puntuación de todas las ofertas respecto al criterio marcado, se sumará la puntuación total de cada una de ellas.

En caso de producirse empate en la puntuación final, se priorizará a aquella empresa que haya realizado oferta válida a un mayor número de productos en ese lote.

**7. MODIFICACIÓN DEL CONTRATO.**

De conformidad con lo establecido en el artículo 222 de la Ley de Contratos del Sector Público, el presente acuerdo marco y los contratos que se deriven del mismo, podrán ser modificados de acuerdo con las reglas generales de modificación de los contratos.

SERVICIO DE COMUNICACIÓN, MARKETING Y ATENCIÓN AL ESTUDIANTADO  
Edificio Rectorado y Consejo Social. Avda. de la Universidad, s/n -03202 ELCHE  
Telf.: 96 665 8743



En ningún caso se podrán introducir modificaciones que puedan alterar la naturaleza global del Acuerdo Marco inicial. En todo caso, se entenderá que se altera ésta si se sustituyen las prestaciones de servicio que se van a solicitar por otras diferentes o se modifica el tipo de Acuerdo Marco de una forma distinta a la que se contempla en esta cláusula.

De acuerdo con lo que establece la Disposición adicional trigésima tercera de la LCSP, en el caso de que, dentro de la vigencia del Acuerdo Marco, las necesidades reales fuesen superiores a las estimadas inicialmente, se contempla en este pliego la posibilidad de modificar hasta un 20 por ciento del presupuesto total de licitación, mediante la tramitación de la correspondiente modificación. Dicha modificación, se tramitará antes de que se agote el presupuesto estimativo máximo inicial, se realizará por los trámites previstos en el artículo 191 de la LCSP, con las particularidades previstas para las modificaciones, audiencia al contratista y acuerdo del órgano de contratación.

Para las modificaciones no previstas que no se ajusten a lo anterior, se estará a lo dispuesto en el artículo 205 de la LCSP.

Las modificaciones que se acuerden del Acuerdo Marco deberán ser publicadas en el Perfil del Contratante en el plazo de 5 días desde su aprobación y, en el Diario Oficial de la Unión Europea al tratarse de un contrato sujeto a regulación armonizada

## **8. CONTRATOS BASADOS**

Solo podrán celebrarse contratos derivados en ejecución de este Acuerdo Marco entre la Universidad Miguel Hernández y las empresas homologadas en el mismo. Los contratos derivados de este Acuerdo Marco se ejecutarán de conformidad a las normas procedimentales establecidas en el artículo 221 de la LCSP

- Cuando el pedido se refiera a productos en los que solo haya una empresa homologada capaz de suministrarlos, los contratos derivados se adjudicarán a esa empresa.
- Cuando el pedido se refiera a productos en los que haya dos o más empresas homologadas que puedan suministrarlos, el modo de proceder será el siguiente:
  - a. Si el importe del contrato derivado **es inferior a 6.000€ (IVA excluido)**, no será necesario convocar a las partes a una nueva licitación, pudiendo el peticionario hacer la solicitud del producto que mejor satisfaga sus necesidades técnicas y económicas a una de las empresas homologadas.

SERVICIO DE COMUNICACIÓN, MARKETING Y ATENCIÓN AL ESTUDIANTADO

Edificio Rectorado y Consejo Social. Avda. de la Universidad, s/n -03202 ELCHE  
Telf.: 96 665 8743



b. Si el importe del contrato derivado **es igual o superior a 6.000€ (IVA excluido)** se solicitarán ofertas, a la dirección de correo electrónico facilitada, a todas las empresas adjudicatarias del Lote. El contrato se adjudicará al licitador que haya presentado mejor oferta según los siguientes criterios:

- Presupuestos con importes inferiores a 6.000 € (IVA excluido), se elegirá, a criterio del personal del Servicio de Comunicación, Marketing y Atención al Estudiantado, a la empresa adjudicataria que va a realizar el suministro.

- **Presupuestos con importes superiores a 6.000 € (IVA excluido)**, se solicitarán ofertas, a la dirección de correo electrónico facilitada, a todas las empresas homologadas del lote. El Servicio de Comunicación, Marketing y Atención al Estudiantado realizará las siguientes actuaciones:

- Se invitará a todas las empresas homologadas del Acuerdo marco en el lote de referencia.
- Las empresas homologadas del acuerdo marco, estarán obligadas a presentar oferta válida, en los términos fijados en este Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares.
- Las invitaciones se remitirán por correo electrónico, dejando constancia de la fecha de realización, y la oferta se presentará por escrito según el modelo que se adjunte en el propio correo electrónico. Su contenido será confidencial hasta el momento fijado para su apertura. En todos los casos las empresas presentarán su oferta económica con el importe correspondiente al IVA repercutido como partida independiente.
- El plazo de presentación de proposiciones será el indicado en la invitación, y como máximo 5 días hábiles, contados a partir del día siguiente de la fecha del envío de la misma. En ningún caso se admitirán ofertas presentadas fuera de plazo, salvo en el caso de que se trate de un problema de comunicación y la empresa pueda presentar la justificación correspondiente.
- La invitación a las empresas homologadas contendrá, como mínimo los siguientes aspectos:

- 1.- El producto o grupo de productos solicitados y cantidades a satisfacer.
- 2.- Solicitud de oferta económica que cubra las necesidades expuestas.
- 3.- Plazo de presentación de ofertas para el contrato basado (máx. 5 días hábiles).
- 4.- Posibilidad de solicitud de muestra física y acabada del producto (la muestra deberá enviarse en el mismo plazo de presentación de ofertas) cuando así se estime necesario, o de ficha técnica o memoria.

SERVICIO DE COMUNICACIÓN, MARKETING Y ATENCIÓN AL ESTUDIANTADO

Edificio Rectorado y Consejo Social. Avda. de la Universidad, s/n -03202 ELCHE  
Telf.: 96 665 8743



Los criterios que han de servir de base para la adjudicación de los contratos basados en el Acuerdo Marco de importe **igual superior a 6.000€ (IVA excluido)** en los productos de los lotes 1 y 2 son los siguientes, con arreglo a la siguiente ponderación:

<u>CRITERIO</u>	<u>PONDERACIÓN</u>
<b>CRITERIOS EVALUABLES MEDIANTE FÓRMULAS</b>	<b>90 PUNTOS</b>
1. OFERTA ECONÓMICA	80
2. PLAZO DE ENTREGA	10
<b>CRITERIOS VALORADOS MEDIANTE JUICIOS DE VALOR</b>	<b>10 PUNTOS</b>
3. CALIDAD Y ESTÉTICA	10

### CRITERIOS OBJETIVOS

#### **1. OFERTA ECONÓMICA: 80 puntos**

Los licitadores presentarán su oferta conforme al **MODELO** e instrucciones que constan en el mismo y que acompaña a las presentes condiciones.

Los precios de las ofertas se valorarán con arreglo a la fórmula siguiente:

$$Puntuación = 80 * \frac{Mejor\ oferta}{Oferta\ considerada}$$

- Siendo la Mejor Oferta la de menor importe de entre todas las presentadas, expresada en euros.
- Se otorgará el máximo de puntos (80) a la oferta más económica.

#### **2. PLAZO DE ENTREGA: 10 puntos**

En cada contrato basado con licitación, el plazo de entrega será evaluable para cada unidad objeto de suministro de acuerdo a aquél fijado por los licitadores en su oferta.



El plazo se expresará en días naturales, y se valorará con arreglo a la fórmula siguiente:

$$Puntuación = 10 * \frac{Mejor\ oferta}{Oferta\ considerada}$$

Se entiende por “mejor plazo” el que suministre el artículo en el menor tiempo, expresado en días naturales. En el caso de que en el mismo pedido se solicitaran distintos artículos, para la aplicación de la fórmula, se considerará el promedio del plazo de entrega de todos ellos y, de esta manera, se aplicará la fórmula en una única ocasión para cada proveedor. El plazo ofertado por las empresas deberá ser siempre igual o inferior a los 30 días.

### **3. CALIDAD Y ESTÉTICA: 10 puntos**

Se valorará la mejor calidad y características estéticas de los artículos ofertados a través de la acreditación documental y física de la muestra presentada. En base a las características técnicas definidas en el PPT para cada uno de los productos, se definirán los criterios/atributos a valorar para definir esta puntuación.

En la invitación que se remitirá a cada una de las empresas adjudicatarias del lote se concretarán (dependiendo del tipo de producto) los criterios de valoración de este apartado.

En caso de que no sea necesaria muestra, se indicará en el email de invitación y este apartado pasará a computarse con 0 puntos, siendo solo puntuables los criterios evaluables mediante fórmulas.

## **9. CONDICIÓN ESENCIAL**

Con objeto de fomentar el mantenimiento o la mejora de los valores medioambientales que puedan verse afectados durante la ejecución de los contratos basados en el presente Acuerdo Marco, y con la finalidad de colaborar con la sostenibilidad y reciclaje en pro de la conservación del medio ambiente, todos los embalajes de los productos a suministrar en los contratos basados en este acuerdo marco serán de material reciclable, evitando en la medida de lo posible plásticos innecesarios para envolver los artículos, conforme a lo dispuesto en el artículo 202 de la Ley de Contratos del Sector

SERVICIO DE COMUNICACIÓN, MARKETING Y ATENCIÓN AL ESTUDIANTADO  
Edificio Rectorado y Consejo Social. Avda. de la Universidad, s/n -03202 ELCHE  
Telf.: 96 665 8743



Público. Esta condición especial de ejecución será igualmente exigible a todos los subcontratistas que participen en la ejecución de los contratos basados.

Con dicha práctica se minimizarán los impactos negativos causados por la actividad productiva en el Medio Ambiente.

Esta condición tiene consideración de obligación de contractual esencial a los efectos de lo previsto en el apartado f) del artículo 211 de la LCSP y será supervisada por el personal del Servicio de Comunicación en cada una de las entregas.

Fdo. Digitalmente por:

José Juan López espín

Vicerrector de Estudiantes y Coordinación

SERVICIO DE COMUNICACIÓN, MARKETING Y ATENCIÓN AL ESTUDIANTADO

Edificio Rectorado y Consejo Social. Avda. de la Universidad, s/n -03202 ELCHE  
Telf.: 96 665 8743

