

**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 1: Estrategia General de Marketing Online*

## **INFORME DE VALORACIÓN DE LOS CRITERIOS QUE NO DEPENDEN DE UN JUICIO DE VALOR**

El procedimiento de contratación TCV02/24 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 cada 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 65 puntos):**

Para los criterios donde el parámetro a considerar es el precio del servicio a lo largo del contrato se utiliza la fórmula recomendada 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. Por lo tanto, se utiliza una fórmula de valoración proporcional inversa ponderada, que compara la oferta realizada a valorar con la oferta más económica, pero considerando el precio de la licitación pública de cada uno de los apartados, por lo que las ofertas que iguallen el presupuesto base de licitación para dicho servicio obtendrán cero puntos.

- **B1) Oferta económica de Estrategia Marketing de Contenidos y dinamización del portal turístico.** Hasta un máximo de 9 puntos.

El parámetro a considerar será el precio de la estrategia de marketing de contenidos y dinamización del portal.

Fórmula para calcular la puntuación:

$$\text{Puntuación} = 9 \text{ puntos} * ((\text{Precio licitación} - \text{oferta licitador}) / (\text{Precio licitación} - \text{mejor oferta}))$$

- **B2) Oferta económica de Estrategia de Redes sociales e Influencers.** Hasta un máximo de 4 puntos, considerando por separado la parte de publicidad en redes sociales.

El parámetro a considerar para la gestión de redes sociales y la estrategia de influencers será el precio de la oferta de la estrategia RRSS e influencers.

Fórmula para calcular la puntuación:

$$\text{Puntuación} = 4 \text{ puntos} * ((\text{Precio licitación} - \text{oferta licitador}) / (\text{Precio licitación} - \text{mejor oferta}))$$

- **B3) Oferta económica de Estrategia de email marketing y segmentación de BBDD.** Hasta un máximo de 3 puntos.

El parámetro a considerar será el precio de la oferta de la estrategia de email marketing y segmentación BBDD.

Fórmula para calcular la puntuación:

$$\text{Puntuación} = 3 \text{ puntos} * ((\text{Precio licitación} - \text{oferta licitador}) / (\text{Precio licitación} - \text{mejor oferta}))$$

- **B4) Visibilidad de la Estrategia de Comunicación.** Hasta un máximo de 12 puntos.

- 4.1 El parámetro a considerar en las acciones con **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:

$$\text{Puntuación} = 6 \text{ puntos} * (\text{impresiones} + \text{visualizaciones oferta} / \text{impresiones} + \text{visualizaciones máximas}) + 1 \text{ punto} * (\text{comisión agencia mínima} / \text{comisión agencia oferta})$$

- 4.2 Para la **publicidad en redes sociales** el parámetro a considerar será el número de impresiones y visualizaciones pagadas en el conjunto de las redes sociales objeto de la contratación, así como la comisión de agencia aplicada por la empresa licitadora.

Fórmula para calcular la puntuación:

$$\text{Puntuación} = 3 \text{ puntos} * (\text{impresiones} + \text{visualizaciones oferta} / \text{impresiones} + \text{visualizaciones máximas}) + 1 \text{ puntos} * (\text{comisión agencia mínima} / \text{comisión agencia oferta})$$

- 4.3 Para **SEM y otras acciones publicitarias** el parámetro a considerar será la comisión de agencia aplicada.

Fórmula para calcular la puntuación:

$$\text{Puntuación} = 1 \text{ punto} * (\text{comisión agencia mínima} / \text{comisión agencia oferta})$$

- **B5) Otros: incluye plan de medición y comunicaciones.** Hasta un máximo de 1 punto.

El parámetro a considerar será el precio de la oferta de estos apartados.

Fórmula para calcular la puntuación:

$$\text{Puntuación} = 1 \text{ punto} * ((\text{Precio licitación} - \text{oferta licitador}) / (\text{Precio licitación} - \text{mejor oferta}))$$

- **B6) Precios unitarios servicios vinculados a la estrategia de marketing online.** Hasta un máximo de 6 puntos

Para estas acciones las empresas licitadoras deberán presentar precios para cada uno de los ítems incluidos para que de esta forma Turisme Comunitat Valenciana disponga de una tarifa para la realización de este tipo de acciones.

Con el fin de poder valorar más cómodamente este criterio se establece una subpuntuación de 100 puntos, que se repartirán entre los distintos ítems, aunque realmente su valor en la puntuación final es de 6 puntos. Para todos los ítems se utilizará una fórmula basada en la proporcionalidad inversa, pues toma como datos los precios de la oferta del licitador, la mejor oferta presentada y la puntuación máxima asignada a cada ítem:

$$\text{Puntuación} = (\text{Puntuación máxima}) * (\text{precio más bajo ofertado}) / \text{precio del licitador}$$

TIPO	Concepto	Puntos
------	----------	--------

Shooting	Fotográfico: precio por recurso	15
	Vídeo: precio por recurso	25
Servicio de producción de contenidos	Adaptación vídeo idioma subtulado	4
	Adaptación vídeo idioma locutado	6
	Adaptación vídeo (cambio vertical-horizontal)	4
	Emisión en directo micromomento	6
	Emisión en directo mayor duración	8
	Creación vídeo hasta 1 minuto	6
	Creación vídeo 1-4 minutos	8
	Diseño de gráfica estática	3
	Diseño de gráfica dinámica	4
	Creación carrusel RRSS	4
	Creación contenido editorial	4
	Coste por palabra traducción	3

**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

Las empresas que se han sido analizadas en esta fase de esta licitación son las siguientes:

- a. **KDV Y ALKEMY – EMOTIONAL BUSINESS ALKEMY IBERIA, UTE**
- b. **LLYC – LLORENTE Y CUENCA MADRID, S.L.**
- c. **WAM – WE ARE MARKETING, S.L.**

CRITERIOS PRECIOS ESTRATEGIA		KDV Y ALKEMI	LLYC	WAM
B1	Oferta económica de Estrategia Marketing de Contenidos y dinamización del portal turístico.	446.859,60 €	501.500,00 €	470.000,00 €
B2	Oferta económica de Estrategia de Redes sociales e Influencers.	329.000,00 €	399.500,00 €	371.000,00 €
B3	Oferta económica de Estrategia de email marketing y segmentación de BBDD	70.000,00 €	85.000,00 €	70.000,00 €
B5	Otros: incluye plan de medición y comunicaciones	45.622,99 €	72.000,00 €	66.399,35 €

## 2- Ofertas anormales o desproporcionadas.

En el apartado M del Anexo I del pliego de cláusulas administrativas particulares se establecen los criterios para identificar una oferta como anormal:

En la suma de los precios correspondientes a los siguientes criterios (B1, B2, B3 y B5), se considera oportuno establecer los umbrales por debajo de los cuales las ofertas económicas de los licitadores se considerarán valores económicos anormales o desproporcionados. Por lo tanto, esos valores deberán compararse con las partidas establecidas en la distribución presupuestaria para la estrategia de marketing de contenidos más la estrategia en Redes Sociales e influencers más la estrategia de email marketing más el Plan de medición más comunicaciones.

Dado que se comparan 3 empresas se aplica el criterio establecido en el punto 3:

“3.-Cuando concurren tres licitadores, las que sean inferiores en más de 10 unidades porcentuales a la media aritmética de las ofertas presentadas para el presupuesto de los apartados mencionados. No obstante, se excluirá para el cómputo de dicha medida la oferta de cuantía más elevada cuando sea superior en más de 10 unidades porcentuales a dicha media.”

	Oferta B1+B2+B3+B5	Diferencia con la media
KDV Y ALKEMI	891.482,59 €	-8,62%
LLYC	1.058.000,00 €	8,44%
WAM	977.399,35 €	0,18%
Media	975.627,31 €	

Por lo tanto, de acuerdo con los criterios establecidos en el pliego de cláusulas administrativas particulares, ninguna de las ofertas puede considerarse como anormal o desproporcionada.

### 3- Visibilidad de la estrategia de comunicación.

Además de los precios de las distintas estrategias, también se solicitaba para el criterio B4 los datos de impresiones y visualizaciones incluidas en la propuesta, así como la comisión de agencia para las acciones con operadores, para redes sociales y para SEM y otras acciones publicitarias.

B4 -Criterios Visibilidad de la Estrategia de Comunicación	KDV Y ALKEMI		LLYC		WAM	
	Impresiones y visualizaciones	Comisión agencia	Impresiones y visualizaciones	Comisión agencia	Impresiones y visualizaciones	Comisión agencia
4.1 Acciones con operadores, agencias online, rrss viajeras y metabuscadores	278.260.870	3,5%	556.120.000	1,5%	665.895.500	3,0%
4.2 Para la publicidad en redes sociales	160.000.000	3,5%	754.000.000	7,0%	252.573.034	9,0%
4.3 Para SEM y otras acciones publicitarias		3,5%		7,0%		9,0%

### 4- Precios de los servicios vinculados

Servicios Vinculados	KDV	LLYC	WAM
Fotográfico: precio por recurso	324,50 €	425,00 €	250,00 €
Vídeo: precio por recurso	744,50 €	900,00 €	500,00 €
Adaptación vídeo idioma subtulado	90,00 €	180,00 €	70,00 €
Adaptación vídeo idioma locutado	480,00 €	550,00 €	200,00 €
Adaptación vídeo (cambio vertical/horizontal)	72,00 €	85,00 €	15,00 €
Emisión en directo micromomento	240,00 €	450,00 €	180,00 €
Emisión en directo mayor duración	480,00 €	2.000,00 €	370,00 €
Creación vídeo hasta 1 minuto	1.380,00 €	700,00 €	600,00 €
Creación vídeo 1-4 minutos	1.599,00 €	2.500,00 €	800,00 €
Diseño de gráfica estática	300,00 €	45,00 €	45,00 €
Diseño de gráfica dinámica	350,00 €	65,00 €	100,00 €
Creación carrusel RRSS	200,00 €	85,00 €	100,00 €
Creación contenido editorial	90,00 €	40,00 €	35,00 €
Coste por palabra traducción	0,10 €	0,15 €	0,05 €

Estos servicios se valoran en conjunto sobre 100 puntos que posteriormente, asignando las puntuaciones con las fórmulas del criterio B6, para después pasar a la valoración del sobre 3 en base a los 6 puntos asignados a este criterio. Las puntuaciones obtenidas son las siguientes:

Servicios Vinculados	KDV	LLYC	WAM
Fotográfico: precio por recurso	11,56	8,82	15,00
Vídeo: precio por recurso	16,79	13,89	25,00
Adaptación vídeo idioma subtulado	3,11	1,56	4,00
Adaptación vídeo idioma locutado	2,50	2,18	6,00
Adaptación vídeo (cambio vertical/horizontal)	0,83	0,71	4,00
Emisión en directo micromomento	4,50	2,40	6,00
Emisión en directo mayor duración	6,17	1,48	8,00
Creación vídeo hasta 1 minuto	2,61	5,14	6,00
Creación vídeo 1-4 minutos	4,00	2,56	8,00
Diseño de gráfica estática	0,45	3,00	3,00
Diseño de gráfica dinámica	0,74	4,00	2,60
Creación carrusel RRSS	1,70	4,00	3,40
Creación contenido editorial	1,56	3,50	4,00
Coste por palabra traducción	1,50	1,00	3,00
TOTALES	<b>58,02</b>	<b>54,24</b>	<b>98,00</b>

#### 5- Criterios de carácter social y laboral

Criterios de carácter social y laboral	KDV	LLYC	WAM
C1) En materia de inserción laboral e inclusión social	Sí	Sí	Sí
C2) En materia de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres	Sí	Sí	Sí
C3) En materia de calidad laboral	Sí	Sí	Sí

Las tres empresas han incluido junto con la oferta, además del compromiso de cumplir estas condiciones, sus planes de formación y su normativa interna en materia de igualdad, conciliación, etc.

#### 6- Puntuaciones obtenidas aplicando las fórmulas en los criterios correspondientes al sobre 3

B - Criterios cuantificables automáticamente	Max. Puntos	KDV	LLYC	WAM
1) Oferta económica de Estrategia Marketing de Contenidos y dinamización del portal turístico.	9	9,00	5,56	7,55
2) Oferta económica de Estrategia de Redes sociales e Influencers.	4	4,00	2,00	2,81
3) Oferta económica de Estrategia de email marketing y segmentación de BBDD	3	3,00	1,50	3,00
4) Visibilidad de la Estrategia de Comunicación.				
4.1 El parámetro a considerar en las acciones con operadores, agencias online, rrss viajeras y metabuscadores	7	2,94	6,01	6,50

4.2 Para la publicidad en redes sociales	4	1,64	3,50	1,39
4.3 Para SEM y otras acciones publicitarias	1	1,00	0,50	0,39
5) Otros: incluye plan de medición y comunicaciones	1	1,00	0,33	0,47
6) Precios unitarios servicios vinculados a la estrategia de marketing online	6	3,48	3,25	5,88

C - Criterios de adjudicación de carácter social		KDV	LLYC	WAM
1) En materia de inserción laboral e inclusión social	10	10	10	10
2) En materia de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres	10	10	10	10
3) En materia de calidad laboral	10	10	10	10

Puntuación Criterios sobre 3		KDV	LLYC	WAM
Puntuaciones Totales		56,06	52,65	57,99

#### 7- Puntuaciones obtenidas en los criterios sujetos a juicio de valor

Se recuperan las puntuaciones de los licitadores en el informe de los criterios sujetos a juicio de valor de fecha 21 de junio de 2024, que son los siguientes:

- KDV Y ALKEMY – EMOTIONAL BUSINESS ALKEMY IBERIA, UTE 21 puntos
- LLYC – LLORENTE Y CUENCA MADRID, S.L. 29,2 puntos
- WAM – WE ARE MARKETING, S.L. 29,4 puntos

#### 8- Resumen resultados

	Criterios automáticos	Criterios juicio valor	Total
WAM – WE ARE MARKETING	57,99	29,40	87,39
LLYC – LLORENTE Y CUENCA MADRID	52,65	29,20	81,85
KDV Y ALKEMY – EMOTIONAL BUSINESS ALKEMY IBERIA	56,06	21,00	77,06

De acuerdo con los resultados obtenidos, la empresa que ha alcanzado una mayor puntuación es **WE ARE MARKETING, S.L.** Por lo tanto, se informa favorablemente la propuesta de adjudicación a favor de WE ARE MARKETING, S.L. con las siguientes características, a salvo de mejor criterio u opinión por parte de la mesa y órgano de contratación:

El Presupuesto de adjudicación del Contrato para un plazo de 2 años incluye la oferta para los criterios B1, B2, B3, B5, así como el presupuesto de licitación para la estrategia de comunicación y el

presupuesto de licitación para los servicios auxiliares a la estrategia (977.399,35 € + 1.010.000 € + 300.000 €), por lo tanto, ascenderá a DOS MILLONES DOSCIENTAS OCHENTA Y SIETE MIL TRESCIENTOS NOVENTA Y NUEVE EUROS CON TREINTA Y CINCO CÉNTIMOS (2.287.399,35 €) más CUATROCIENTOS OCHENTA MIL TRESCIENTOS CINCUENTA Y TRES CON OCHENTA Y SEIS CÉNTIMOS (480.353,86 €) en concepto de IVA (21%).

Bernardo Bolumar  
Técnico S. Marketing Online y Publicidad

Sergio Bellentani  
Jefe Servicio Marketing Online y Publicidad

VºBº

Carmen Sahuquillo  
Jefa Área Marketing y Producto Turístico