

Informe tècnic de valoració de l'expedient ED 2024-1163

Expedient	ED 2024-1163	Modalitat	Contracte Públic
Unitat promotora	Oficina de Comunicació		
Procediment	Basat en acord marc	Tipus	Serveis
Objecte	Document de licitació del contracte de serveis d'inserció de publicitat institucional als mitjans de comunicació per a la difusió de continguts a xarxes socials.		

1. Antecedents

L'Oficina de Comunicació del Departament d'Educació utilitza de manera ordinària les xarxes socials per promocionar les campanyes de comunicació que es gestionen des de l'Oficina de Comunicació i també per difondre continguts sobre l'acció de govern del Departament d'Educació, tant l'activitat que duu a terme la consellera, com la tasca que es fa des de les diferents direccions generals.

Per difondre aquesta informació es preveu la inserció d'anuncis a les xarxes socials: Twitter, Facebook i Instagram. A través d'aquests canals podrem arribar a un ampli ventall de públic i segmentar per interessos o zona geogràfica.

En concret i per la tipologia d'inserció (inserció al mitjà internet) es va sol·licitar oferta mitjançant una comanda d'inserció a les empreses contractistes del Lot 2 (digital) de l'Acord Marc: Proximia Havas, PUBLICIS MEDIA SPAIN SLU (PERFORMICS), Adsmurai S.L., Medialog Communications SL, REBOLD MARKETING, S.L.U. i NOTHINGAD COMUNICACIO, S.L.

El termini per presentar les ofertes va finalitzar el dia 5 de juny de 2024, a les 18:00:00 hores. Un cop finalitzat el termini de presentació, tres empreses, Medialog Communications SL, REBOLD MARKETING, S.L.U. i NOTHINGAD COMUNICACIO, S.L., van presentar oferta dins el termini.

2. Valoració de les ofertes

Es valoraran els diversos preus o costos i descomptes detallats i també es valorarà la comissió d'agència per a formats convencionals i la comissió d'agència per a formats especials. Amb un màxim de 100 punts es puntuaran les ofertes presentades per les empreses licitadores comparant-les entre elles, amb la finalitat de seleccionar la més avantatjosa econòmicament.

A l'hora de fer la valoració de les propostes, es compararan els preus unitaris oferts per les empreses licitadores amb el preu unitari més avantatjós econòmicament i a partir d'aquí la puntuació màxima s'atorgarà a aquelles propostes que ofereixin la millor oferta optimitzada per a cadascun dels mitjans (menor preu o cost, major descompte o menor comissió



d'agència). La resta d'ofertes obtindran menys puntuació, en proporció a l'augment de l'oferta respectiva.

Cadascun dels apartats de l'oferta econòmica es valorarà per separat, aplicant la fórmula que correspongui en cada cas, i el desglossament de la puntuació per suport i format es detalla a l'excel·lènt annex de la proposta econòmica.

La puntuació total obtinguda per cada licitador serà el resultat de la suma dels punts obtinguts en cadascun dels apartats.

Quan es valorin preus o costos nets resultants la fórmula per calcular la puntuació és:

$$\text{Puntuació} = \frac{(\text{Puntuació màxima}) \times (\text{preu o cost net per inserció més baix})}{(\text{Preu o cost net per inserció que es puntua})}$$

Pel que fa referència a la valoració dels costos tecnològics, les propostes que ofereixin un valor de 0 €, donada la impossibilitat d'aplicar la fórmula anterior, rebran la màxima puntuació. La resta d'ofertes obtindran una puntuació de 0.

Quan es valorin descomptes la fórmula per calcular la puntuació és:

$$\text{Puntuació} = \frac{(\text{Puntuació màxima}) \times (1 - \text{el descompte més alt})}{(1 - \text{el descompte que es puntua})}$$

Quan es valori la comissió d'agència* (tant per formats convencionals com per formats especials) la fórmula per calcular la puntuació és:

$$\text{Puntuació} = \frac{(\text{Puntuació màxima}) \times (1 + \text{la comissió més baixa})}{(1 + \text{la comissió que es puntua})}$$

() Aquesta fórmula és equivalent a la que valora el descompte però a la inversa, ja que en aquest cas es tracta d'un recàrrec als preus.*

Aquestes fórmules s'especifiquen a la clàusula trenta-unena del plec de clàusules administratives particulars de l'Acord marc.

La utilització d'aquestes fórmules d'inversa proporcional atribueix la major puntuació a l'oferta més econòmica i la menor a la menys econòmica, evita que petites diferències en el preu suposin grans diferències de puntuació i assigna els punts d'una manera adequada i proporcional.

En el moment de revisar les ofertes presentades per portar a terme la seva valoració s'ha comprovat que:

- Les propostes de les empreses Medialog Communications SL, REBOLD MARKETING, S.L.U. respecten les condicions econòmiques de l'Acord Marc.
- D'acord amb la clàusula trenta-unena, en la qual s'estableix que les empreses han de respectar en les ofertes que presentin en els contractes basats les condicions econòmiques adjudicades sobre les tarifes dels diferents mitjans que han ofert en l'Acord marc, es proposa l'exclusió de l'empresa NOTHINGAD COMUNICACIO, S.L.,

per no haver respectat la condició de “descompte mínim del 0,50% per a qualsevol altre format convencional no especificat”.

Les ofertes presentades pels suports que s'han demanat a l'Excel de Proposició Econòmica Desglossada es detallen a continuació:

Punts	Suport	IP	Tipologia de compra i Format	MEDIALOG	REBOLD
7,000	Facebook	IP Cat.	CPM* Net Page Post Photo	0,45 €	0,45 €
8,000	Facebook	IP Cat.	CPM* Net Page Post Video	0,45 €	0,45 €
8,000	Facebook	IP Cat.	CPV* Net Page Post Video	0,02 €	0,02 €
0,050	Facebook	IP Cat.	CPLC* Net Page Post Link	0,20 €	0,05 €
0,050	Facebook	IP Cat.	CPLC* Net Page Post Carousel	0,20 €	0,05 €
6,000	Instagram	IP Cat.	CPM* Net Page Post Photo	0,45 €	0,45 €
8,000	Instagram	IP Cat.	CPM* Net Page Post Video	0,45 €	0,45 €
8,000	Instagram	IP Cat.	CPV* Net Page Post Video	0,02 €	0,01 €
0,050	Instagram	IP Cat.	CPLC* Net Page Post Link	0,20 €	0,05 €
0,610	Instagram	IP Cat.	CPLC* Net Page Post Carousel	0,20 €	0,09 €
7,000	Instagram	IP Cat.	CPM* Net Story	0,45 €	0,19 €
0,050	Twitter	IP Cat.	CPLC* Net Website Card	0,10 €	0,19 €
7,000	Twitter	IP Cat.	CPM* Net Promoted Tweet	0,40 €	0,45 €
8,000	Twitter	IP Cat.	CPM* Net Video Card	0,55 €	0,02 €
8,000	Twitter	IP Cat.	CPV* Net Video Card	0,02 €	0,01 €
9,000	Youtube	IP Cat.	CPM* Net Preroll	1,30 €	0,45 €
15,000	Instagram	IP Cat.	CPV* Net Reels	0,02 €	0,01 €
0,010		FORMATS CONVENCIONALS* - Descompte ALTRES		2,00%	0,60%
0,010		FORMATS CONVENCIONALS* - Recàrrec		0,00%	0,10%
0,050	COST TECNOLÒGIC	CPM* Tecnologia Net per a Peces fins a 300 KB		0,03 €	0,01 €
0,010	COST TECNOLÒGIC	CPM* Tecnologia Net per a Peces fins a 2,2 MB		0,30 €	0,01 €
0,010	COST TECNOLÒGIC	CPM* Tecnologia Net per a Peces fins a 10 MB		0,35 €	0,01 €
0,050		Comissió d'agència FORMATS CONVENCIONALS*		1,00%	1,00%
0,050		Comissió d'agència FORMATS/ACCIONS ESPECIALS*		0,00%	0,05%

Després d'aplicar les fórmules exposades anteriorment, les puntuacions obtingudes d'acord amb els criteris de valoració han estat:

			64,716	93,209
Suport	IP	Tipologia de compra i Format	MEDIALOG	REBOLD
Facebook	IP Cat.	CPM* Net Page Post Photo	7,000	7,000



Facebook	IP Cat.	CPM* Net Page Post Video	8,000	8,000
Facebook	IP Cat.	CPV* Net Page Post Video	8,000	7,800
Facebook	IP Cat.	CPLC* Net Page Post Link	0,008	0,030
Facebook	IP Cat.	CPLC* Net Page Post Carousel	0,010	0,040
Instagram	IP Cat.	CPM* Net Page Post Photo	6,000	6,000
Instagram	IP Cat.	CPM* Net Page Post Video	8,000	8,000
Instagram	IP Cat.	CPV* Net Page Post Video	4,103	8,000
Instagram	IP Cat.	CPLC* Net Page Post Link	0,008	0,030
Instagram	IP Cat.	CPLC* Net Page Post Carousel	0,122	0,271
Instagram	IP Cat.	CPM* Net Story	2,956	7,000
Twitter	IP Cat.	CPLC* Net Website Card	0,050	0,026
Twitter	IP Cat.	CPM* Net Promoted Tweet	7,000	6,222
Twitter	IP Cat.	CPM* Net Video Card	0,291	8,000
Twitter	IP Cat.	CPV* Net Video Card	4,103	8,000
Youtube	IP Cat.	CPM* Net Preroll	1,246	3,600
Instagram	IP Cat.	CPV* Net Reels	7,692	15,000
	FORMATS CONVENCIONALS* - Descompte ALTRES		0,010	0,010
	FORMATS CONVENCIONALS* - Recàrrec		0,010	0,010
COST TECNOLÒGIC	CPM* Tecnologia Net per a Peces fins a 300 KB		0,008	0,050
COST TECNOLÒGIC	CPM* Tecnologia Net per a Peces fins a 2,2 MB		0,000	0,010
COST TECNOLÒGIC	CPM* Tecnologia Net per a Peces fins a 10 MB		0,000	0,010
	Comissió d'agència FORMATS CONVENCIONALS*		0,050	0,050
	Comissió d'agència FORMATS/ACCIONS ESPECIALS*		0,050	0,050
			64,716	93,209

I la puntuació és:

	MEDIALOG	REBOLD
TOTAL PUNTUACIÓ	64,716	93,209

3.- Càlcul per a considerar anormalment baixes les ofertes.

A continuació, es procedeix a determinar si alguna de les ofertes de les empreses podria ser considerada anormalment baixa.

Es considerarà una oferta incursa en valors anormalment baixos quan la puntuació obtinguda pels criteris d'adjudicació que no són preu estigui per damunt de la suma de les següents variables 1 i 3, i que, al mateix temps, l'oferta obtinguda per preu sigui inferior a la mitjana

aritmètica (*) de les ofertes en un percentatge superior al 15%. En aquest cas, el valor que es prendrà com a referència de l'oferta econòmica de cada empresa licitadora serà l'import resultant de sumar tots els preus unitaris oferts per a tots els suports, sense incloure els descomptes, recàrrecs o comissions d'agència que estan valorats per un %.

- 1. La mitjana aritmètica de la puntuació obtinguda per les empreses licitadores en els criteris d'adjudicació que no són preu.
- 2. La desviació de cadascuna de les puntuacions obtingudes per les empreses licitadores respecte a la mitjana de les puntuacions en els criteris que no són preu.
- 3. El càlcul de la mitjana aritmètica de les desviacions obtingudes, en valor absolut, és a dir, sense tenir en compte el signe positiu o negatiu, pels criteris que no són preu.

CONDICIÓ 1: Criteris d'adjudicació que no són preu

Tal i com s'ha indicat anteriorment, per tal de considerar una oferta incursa en valors anormalment baixos caldrà que la puntuació obtinguda pels criteris d'adjudicació que no són preu sigui inicialment desproporcionada i que al mateix temps també ho sigui l'oferta econòmica (suma dels preu unitari oferts però no s'inclouran els descomptes, recàrrecs o comissions d'agència que estan valorats per un %). Així doncs, no caldria continuar amb els càlculs d'ofertes en valors anormalment baixos, ja que s'han de donar els dos supòsits alhora, tant que l'empresa estigui incursa en valor anormalment baixos en la puntuació obtinguda pels criteris d'adjudicació que no són preu, com en relació a l'oferta econòmica.

Tot i això, a continuació es detallen aquests càlculs per poder comprovar que tampoc incorrerien en baixa en l'apartat de l'oferta econòmica. En aquest sentit, tal com s'ha exposat més amunt, l'oferta econòmica està composta per la suma dels preus unitaris de l'oferta que presenta cada agència sense incloure els descomptes, recàrrecs o comissions d'agència.

En primer lloc es calcularia la mitjana aritmètica de les ofertes econòmiques presentades, que és de 4,78 €.

	Oferta Econòmica
MEDIALOG	6,16 €
REBOLD	3,41 €

MITJANA ARITMÈTICA: 4,78 €

El següent pas seria establir el llindar de baixa a partir del qual una oferta podria ser anormal. Aquest llindar es calcula restant un 15% a la mitja aritmètica, per tant seria de 4,06 €, i com es pot observar en els càlculs efectuats a continuació cap de les tres ofertes estaria per sota d'aquest llindar:



	Oferta Econòmica	Mitjana inferior al 15%	Oferta anormal. Oferta econòmica < 15%
MEDIALOG	6,16 €	4,06 €	NO
REBOLD	3,41 €		SÍ

MITJANA ARITMÈTICA: 4,78 €
- 15% de la mitjana: 0,72 €
Mitjana inferior al 15%: 4,06 €

Atès que l'oferta econòmica proposada per l'empresa REBOLD MARKETING, S.L.U. és més baixa que el líndar a partir del qual una oferta podria ser anormal, caldrà calcular si en la puntuació obtinguda pels criteris d'adjudicació que no són preu, l'empresa estigui incursa en valor anormalment baix. Per fer-ho, cal tenir en compte la puntuació obtinguda en els "criteris subjectius" i la puntuació obtinguda en el criteri "millora de l'equip de treball", i calculem el següent:

1. La mitjana aritmètica de la puntuació obtinguda per les empreses licitadores en els criteris d'adjudicació que no són preu.

	Puntuació
MEDIALOG	2.887,50
REBOLD	2.962,50

MITJANA ARITMÈTICA: 2.925,00

2. La desviació de cadascuna de les puntuacions obtingudes per les empreses licitadores respecte a la mitjana de les puntuacions en els criteris que no són preu.

	Desviació respecte la mitjana
MEDIALOG	-37,50
REBOLD	37,50

3. Per tant, la mitjana aritmètica de les desviacions obtingudes, en valor absolut, és de 37,50.

La suma de la mitjana la puntuació obtinguda per les empreses licitadores en els criteris d'adjudicació que no són preu i la mitjana de les desviacions obtingudes (les variables 1 i 3), és 2.962,50. Les empreses han presentat una millora de l'equip de treball, i en els dos casos, la puntuació obtinguda és de 200,00.

Puntuació obtinguda en el criteri "millora de l'equip de treball":

	Puntuació "millora de l'equip de treball"
MEDIALOG	200,00
REBOLD	200,00

Puntuació obtinguda en els "criteris subjectius"

	Puntuació "criteris no preu"	Mitjana aritmètica de la puntuació (variable 1)	Desviació en valor absolut (variable 3)	Suma de les variables 1 i 3	Oferta anormal. > Suma de les variables 1 i 3
MEDIALOG	2.887,50	2.925,00	37,50	2.962,50	NO
REBOLD	2.962,50				NO

En definitiva, cap de les ofertes presentades incorreria en una baixa desproporcionada, segons l'apartat 14 del document de licitació del contracte.

4.- Conclusió

D'acord amb els criteris de valoració del plec de clàusules administratives particulars que regeix aquest contracte, les propostes presentades han obtingut la següent valoració:

	REBOLD	MEDIALOG
TOTAL PUNTUACIÓ	93,209	64,716

Així, l'oferta presentada per REBOLD MARKETING, S.L.U. resulta la que ha obtingut una puntuació més elevada i per tant, és l'oferta més avantatjosa qualitat-preu.

El preu del contracte serà:

Import net	Import IVA	Import total, IVA inclòs
10.000,00 €	2.100 €	12.100 €

L'empresa guanyadora presentarà la planificació d'acord amb el pressupost de licitació. Aquest pressupost s'exhaurirà o no en funció del nombre d'insercions finals que s'hagin dut a terme durant la vigència del contracte.

Els preus unitaris per a cada inserció seran els que ha presentat l'empresa REBOLD MARKETING, S.L.U. i que ja s'han detallat més amunt en aquest informe

Cap de l'Oficina de Comunicació