

Exp.: A/SER-024906/2020

INFORME JUSTIFICATIVO DEL PROCEDIMIENTO Y CRITERIOS DE VALORACIÓN UTILIZADOS EN EL EXPEDIENTE DE CONTRATACIÓN “SERVICIO DE GESTIÓN DE REDES SOCIALES DE JUVENTUD”

La Ley de Contratos del Sector Público establece en su artículo 116 4) la necesidad de justificar en los expedientes de contratación, entre otros aspectos, la elección del procedimiento de licitación y los criterios que se tendrán en consideración para adjudicar el contrato.

El expediente de contratación del servicio de “Servicio de gestión Redes Sociales para el programa Carné Joven de la Comunidad de Madrid (Expte.:A/SER-007064/2020) con un precio de licitación de 35.306,58 € se tramitará por el procedimiento abierto simplificado, con pluralidad de criterios de adjudicación.

PROCEDIMIENTO ABIERTO SIMPLIFICADO

En virtud del artículo 131 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se transponen al ordenamiento jurídico español las directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014 (LCSP 9/2017), la adjudicación de los contratos *“se realizará, ordinariamente, utilizando una pluralidad de criterios de adjudicación basados en el principio de mejor relación calidad-precio, y utilizando el procedimiento abierto o el procedimiento restringido.”*

En el procedimiento abierto, todo empresario interesado podrá presentar una proposición. Por el contrario, en el procedimiento restringido sólo podrán presentar proposiciones aquellos empresarios que, a su solicitud y en atención a su solvencia, sean seleccionados por el órgano de contratación, quedando excluida en los dos procedimientos toda negociación de los términos del contrato con los licitadores.

Dentro del procedimiento abierto, la LCSP 9/2017 introduce la figura del procedimiento abierto simplificado buscando la agilidad administrativa sin descuidar la necesaria publicidad y transparencia en la licitación.

En este expediente se ha optado por el procedimiento abierto simplificado contemplado en el artículo 159 de la LCSP 9/2017 al tratarse de un contrato de servicios cuyo valor estimado es inferior a 100.000 euros por ser más sencillo y para agilizar el proceso de contratación, manteniendo los principios de igualdad, transparencia y libre competencia.

PLURALIDAD DE CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN (OFERTA ECONÓMICA Y VALORACIÓN TÉCNICA)

El artículo 145 de la LCSP 9/2017 establece que *la adjudicación de los contratos se realizará utilizando una pluralidad de criterios de adjudicación en base a la mejor relación*

calidad-precio. En concreto: La aplicación de más de un criterio de adjudicación procederá, en todo caso, en la adjudicación de los siguientes contratos:

(...) g) En los contratos de servicios, salvo que las prestaciones estén perfectamente definidas técnicamente y no sea posible variar los plazos de entrega ni introducir modificaciones de ninguna clase en el contrato, siendo el precio el único factor determinante de la adjudicación.

Al tratarse de un servicio en que las prestaciones no están perfectamente definidas técnicamente y no ser el precio el único factor determinante de la adjudicación, procede la valoración de más de un criterio.

Por otra parte el segundo párrafo del mismo apartado establece que:

Los contratos (...) de servicios intensivos en mano de obra, el precio no podrá ser el único factor determinante de la adjudicación.

Los costes salariales del servicio constituyen el 84 por ciento del presupuesto del contrato por lo que debe considerarse *intensivo en mano de obra*, por lo que no puede ser el precio el único factor determinante de la adjudicación

CRITERIOS DE VALORACIÓN DE LAS OFERTAS

Criterios relacionados con los costes

Precio: Hasta 75 puntos.

Se asignarán 75 puntos a la mayor baja económica expresada en porcentaje respecto del presupuesto base de licitación señalado en el punto 4 del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares. Al resto de ofertas le corresponderá la puntuación derivada de la aplicación de la siguiente fórmula:

$$\text{Puntuación} = \frac{\text{Baja de la oferta analizada} \times 75}{\text{Mayor baja ofertada}}$$

Podrán considerarse en presunta desproporción:

- Las que oferten un precio inferior en más de 10 unidades porcentuales a la media de precios ofertados por todas las licitadoras, siempre que existan 3 o más licitadoras.
- Cuando existiendo 2 empresas licitadoras, la que oferte un precio inferior en más de 20 unidades porcentuales sobre el precio ofertado por la otra licitadora.
- Si solo concurriera una empresa, si el precio es inferior en más de 25 unidades porcentuales respecto del importe de licitación.

La asignación de un valor del 75% de total de los puntos otorga un peso muy importante

en la adjudicación del contrato, sin llegar a ser totalmente determinante, con el fin de atender a criterios económicos y cualitativos para obtener la mejor calidad precio en la oferta adjudicada.

La fórmula elegida para la valoración del criterio precio es una formula proporcional lineal que otorga mayor puntuación a las ofertas que suponen mayor ahorro.

Criterios cuya cuantificación depende de un juicio de valor:

Estrategia de comunicación y contenidos en RRSS: 25 puntos.

Se presentará por los licitadores una memoria técnica explicativa de la estrategia de comunicación y contenidos en RRSS que incluirá:

1. Diseño de la estrategia de comunicación.
2. Propuesta de contenidos.
3. Medidas de mejora.

Y que se valorarán, como máximo, con 25 puntos, de acuerdo con la siguiente distribución:

1. Diseño de la estrategia de comunicación online. Se valorará el enfoque que se presente para los profesionales de juventud (asociaciones, técnicos especialistas, etc..) y para los centros educativos, como principales canales de llegada de la información a los jóvenes. Se valorarán con 10 puntos el enfoque para los profesionales de juventud, y con 5 puntos el correspondiente a los centros educativos. Para cada colectivo deberán detallarse los objetivos corporativos y las metas del marketing. La puntuación máxima será de 15 puntos.
2. Propuesta de contenidos que aumenten la visibilidad de la información facilitada a través de los perfiles existentes en redes sociales, y que puedan incrementar la vinculación de los profesionales de juventud, de los centros educativos y de los jóvenes en general, con los programas de juventud. Se valorará con un máximo de 5 puntos.
3. Definir las medidas a adoptar para conseguir aumentar la marca juventud en la Comunidad de Madrid y, en definitiva, la mejora de la comunicación con los profesionales de juventud y con los jóvenes. Se valorará con un máximo de 5 puntos.

La elección de criterios de valoración que dependen de juicio de valor viene determinada por la necesidad de conocer la estrategia de comunicación, así como las propuestas de contenidos y medidas de mejora de las campañas, aspectos fundamentales de la ejecución del contrato y recogidos en el pliego de prescripciones técnicas, con un componente de difícil adecuación a criterios medibles mediante fórmulas.

Madrid, a la fecha de la firma
EL DIRECTOR GENERAL DE JUVENTUD