MEMORIA JUSTIFICATIVA DE LOS CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN Y BAREMOS DE VALORACIÓN, Y CONDICIONES ESPECIALES DE EJECUCIÓN, DEL CONTRATO DE SERVICIO PARA LA PLANIFICACIÓN DE MEDIOS Y COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS EN PRENSA, ASÍ COMO EJECUCIÓN DE LOS PLANES DE MEDIOS PARA LAS ACCIONES DE COMUNICACIÓN DE LA CONSEJERÍA DE LA PRESIDENCIA, ADMINISTRACIÓN PÚBLICA E INTERIOR DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA (PROCEDIMIENTO DE ADJUDICACIÓN MEDIANTE PROCEDIMIENTO ABIERTO SIMPLIFICADO).

Siendo el objeto del contrato la planificación de medios y compra de espacios publicitarios en prensa, parece oportuno recordar lo dispuesto en el el Informe 096/17 de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) sobre el Acuerdo Marco de servicio de compra de espacios publicitarios de la Administración Gral. del Estado con expdte ref. AM 50/2017. En dicho informe la CNMC (pág. 19) recomienda que en servicios como el que se pretende licitar la valoración del precio (descuento sobre tarifa) ostente "un peso sensiblemente mayor al del resto de criterios en tanto valor objetivo por definición". Asimismo la CNMC reconoce como positivo para la concurrencia efectiva de licitadores que se empleen fórmulas de valoración sencillas, siendo las de dicho expediente de la Administración estatal similares a las que se pretenden establecer en los pliegos propuestos por esta Dirección General.

En esa misma línea se pronuncia el Tribunal de Cuentas en la Recomendación Cuarta de su Informe nº 11772, de Fiscalización de la contratación más relevante de servicios de publicidad formalizada por las entidades del Sector Público empresarial estatal en los ejercicios 2011, 2012 y 2013, cuando concluye que "Salvo que se necesite una estrategia de medios basada fundamentalmente en la utilización de medios no convencionales o se trate de una estrategia de carácter innovador, los factores que se han de tener en cuenta en la licitación de los servicios de gestión de medios han de ser objetivos, principalmente el precio. Por ello, en estos casos se debería dar especial relevancia a los elementos susceptibles de una valoración objetiva, fundamentalmente el económico, reduciendo al mínimo aquellos elementos susceptibles de valoración subjetiva.".

Atendiendo a lo anterior, en los presentes pliegos se incluyen **criterios de adjudicación** que revisten el carácter de objetivos, resultando aplicables de manera automática, no existiendo ninguno sujeto a juicio de valor.

Para su selección se ha estado a lo dispuesto por el art. 145 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público. Al girar el contrato entorno a la compra de espacios publicitarios, lógicamente debe darse preeminencia a la oferta económica más ventajosa (comisión fija de cursado y descuentos aplicables sobre las tarifas publicadas de los soportes). El resto de criterios responde a la necesidad de que la ejecución del contrato se realice con la mayor eficacia y calidad posible, pudiendo solucionar todas aquellas incidencias que puedan producir durante el mismo con la mayor rapidez. Asimismo, se pretende exigir una dedicación razonable al equipo que se adscriba.

Los criterios que se considerarán para realizar la adjudicación de cada uno de los dos lotes, y la ponderación que se les atribuye, se especifican a continuación.

1.- Se valorará con un 81% las condiciones de la oferta económica en relación con los trabajos que constituyen el objeto y contenido del contrato.

Los criterios en los que se desagregan las condiciones de la oferta y que poseen una naturaleza exclusivamente económica son los siguientes:

1.1.- En concepto de descuentos a aplicar con carácter general en la compra de espacios publicitarios sobre tarifas oficiales sin especificar por soportes: se valorará con un índice de ponderación del 74%.

Para valorar este concepto la fórmula aplicable será la siguiente:
V = 74% X (RF/Rfmax).
Donde: V = Valor de la propuesta
RF = Descuento ofertado.
Rfmax = Descuento de mayor importe de las ofertas admitidas.

VF = V1*0,60+V2*0,40.
Donde: VF = Valor final
V1 = Valor prensa Digital
V2 = Valor prensa Impresa

Se ofertará un descuento para Prensa DIGITAL y otro para Prensa IMPRESA. La puntuación final resultará de la media ponderada de la puntuación obtenida en ambos medios, donde Prensa DIGITAL tiene un peso del 60% y Prensa IMPRESA del 40%.

La puntuación se distribuye de manera ponderada entre los descuentos ofrecidos en los diversos medios donde se insertará publicidad -prensa digital o impresa- con base en una primera aproximación de la inversión que, presumiblemente, se realizará en cada uno de esos medios; no obstante, la inversión final en cada medio podrá diferir de la prevista en este pliego por motivos estratégicos derivados de los planes de medios definitivos.

1.2.- Comisión por tramitación de agencia (cursado): se valorará con un índice de ponderación del 7%.
Se otorgará la puntuación más alta a la empresa que oferte una comisión igual a 1,5% y 0 puntos a la empresa cuya comisión sea del 4%.
La comisión ofertada por la agencia no puede ser inferior a 1,5% ni superar el 4%.

Para el resto de las empresas, la puntuación de este apartado se calculará proporcionalmente, según la fórmula:

Puntuación por comisión de agencia=7 x Diferencia entre la comisión más alta y la comisión del licitador que se valora/ Diferencia entre la comisión más alta y la más baja.

2. Se valorará con un 5% el compromiso de alcanzar un CTR medio, en el conjunto de las campañas realizadas en el periodo de ejecución en prensa Digital, mayor o igual al 0,1%.

3. Se valorará la propuesta organizativa, de funcionamiento y coordinación de actuaciones para llevar a cabo con eficacia los servicios objeto del contrato, en cuanto a dedicación de recursos humanos, disponibilidad horaria del servicio y capacidad de respuesta. Este factor se valorará con un índice de ponderación de un 6%.

La puntuación final en este apartado resultará de la media entre el resultado de la puntuación obtenida de los tres aspectos a valorar:
-Dedicación de recursos humanos: 0-6 puntos (entendiéndose que está incluido todo el personal técnico relacionado para la solvencia)
-Disponibilidad horaria del servicio: 0 ó 6 puntos (entendiéndose que está incluido todo el personal técnico relacionado para la solvencia)

-Capacidad de respuesta: 0-6 puntos.

-Se entiende por DEDICACIÓN la acción y efecto de dedicarse intensamente a un trabajo. Se otorgará 6 puntos cuando la dedicación de recursos humanos a los servicios que se contratan sea de un 100% de la jornada laboral (8 horas al día). En el caso de que se oferte una dedicación inferior a 8 horas al día, para todo el personal técnico relacionado para la solvencia, la puntuación a obtener en este apartado se calculará con base en una regla de tres simple, siendo de aplicación la siguiente fórmula:

V= Puntuación máxima (6) X n° de horas ofertadas/n° de horas de la jornada laboral (8h)
V= Puntuación a obtener en este apartado.

-Se entiende por DISPONIBILIDAD la cualidad o condición de disponible. Dicho de una persona: libre de impedimento para prestar servicios a alguien. Se otorgará 6 puntos si la empresa licitadora oferta disponibilidad total horaria del servicio, incluyendo noches, sábados, domingos y festivos, cuando la criticidad o urgencia así lo exijan (entendiéndose que está incluido todo el personal técnico relacionado para la solvencia). A tal efecto, al inicio de los trabajos, la empresa adjudicataria acordará con la Dirección del Proyecto el procedimiento para atender estas eventualidades. Si la empresa licitadora NO oferta disponibilidad total horaria del servicio en los términos indicados, la puntuación que se otorgará será de 0 puntos.

-Se entiende por CAPACIDAD DE RESPUESTA frente a una demanda, una respuesta de calidad aceptable, dentro de un margen de tiempo aceptable y poder cumplir con los plazos.

- La respuesta de resolución de necesidades dentro de las primeras 24 horas supondrá la máxima puntuación: 6 puntos.
- La respuesta de resolución de necesidades dentro de las 24 horas siguientes (48 h) supondrá una puntuación de 3 puntos.
- La respuesta de resolución de necesidades dentro de las 24 horas siguientes (72 h) supondrá una puntuación de 1 punto.
- Una resolución de necesidades a partir de 72 horas, 0 puntos.

4. Otras prestaciones concretas que se ofrezcan como mejora de los servicios objeto del contrato. Este factor se valorará con un índice de ponderación del 8%.

La puntuación en este apartado será la suma de la que corresponda a las siguientes mejoras a valorar:
1. Asunción del coste de contratación y gestión de servicio de Ad_Server externo en campañas para las que la suma de la inversión en prensa digital ejecutada en todas ellas represente, al menos, el 5% del total de la inversión en prensa digital durante la vigencia del contrato: 5 puntos.

2. Impartición de formación básica en materia de elaboración de planes de medios de campañas y medición de resultados, con una duración mínima de 5 horas lectivas, a los empleados públicos encargados de la gestión directa del contrato, en horario laborable de lunes a viernes: máximo 3 puntos.
-Formación con una duración de entre 5 y 10 horas: 1 punto.
-Formación con una duración de más de 10 horas: 3 puntos.

En lo tocante a las **condiciones especiales de ejecución,** se incluye la siguiente, vinculada al objeto del contrato, y enfocada al respeto y protección al medio ambiente:
i) Cualquier documento asociado a la ejecución del pliego debe ser suministrado por medios electrónicos para fomentar el ahorro de papel.

EL DIRECTOR GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL