

**INFORME DE VALORACIÓN SEGÚN LOS CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN DEL CONTRATO BASADO PARA LA PARTICIPACIÓN DE LA CONSEJERÍA DE AGRICULTURA, PESCA, AGUA Y DESARROLLO RURAL DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA EN LA XXXVII EDICIÓN DE LA FERIA INTERNACIONAL DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS DE CALIDAD “SALÓN GOURMETS 2024””. CÓDIGO GEXAP: CONTR 2023 1176103**

**ACUERDO MARCO DE REFERENCIA:** CONTR 2023 564274

Con fecha 23 de enero de 2024, el Departamento de Promoción ha tenido acceso a la apertura de los sobres electrónicos de las siguientes empresas invitadas y procede a la valoración de sus ofertas:

- **ABBSOLUTE COMUNICACIÓN, S.L.**
- **VIAJES EL CORTE INGLÉS, S.A.**

Los criterios de adjudicación fijados en en la Memoria Justificativa del Contrato Basado (en adelante MJCB) de la presente licitación son los siguientes:

- Criterios de adjudicación ponderables en función de un juicio de valor: 49% (puntuación máxima 49 puntos)
- Criterios de adjudicación valorados mediante la aplicación de fórmulas: 51% (puntuación máxima 51 puntos)

**A.- CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN DEPENDIENTES DE UN JUICIO DE VALOR:**

La propuesta de diseño del Stand ha sido valorada según los criterios recogidos en la MJCB, tal y como se indica a continuación.

La puntuación máxima de los criterios y subcriterios y sus correspondientes pesos específicos son:

- 1. VALORACIÓN DE LA PLANTA:** Se valorará la distribución y características de los espacios, así como la accesibilidad entre ellos. **MÁXIMO 20 PUNTOS**
  - 1.1. Distribución funcional.** Se valorará la distribución de la planta del stand en lo relativo a ubicación, orientación y tamaño de las diferentes zonas del stand para su óptima funcionalidad. **MÁXIMO 10 PUNTOS**
  - 1.2. Optimización de accesos entre zonas.** Se valorará los accesos a las diferentes zonas del stand para la optimización de éstas y la accesibilidad a las entidades coexpositoras. **MÁXIMO 10 PUNTOS**
- 2. VISIBILIDAD E IDENTIFICACIÓN DEL STAND DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA EN EL RECINTO FERIAL:** Se valorará la identificación del stand (presencia de nombre u otros elementos identificativos de la Comunidad Autónoma) y el uso de logotipos institucionales que doten de mayor identidad al stand. El uso de logotipos deberá respetar el Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía aprobado por el Decreto 218/2020, de 21 de diciembre y posterior corrección de 23 de febrero, por el que se aprueba el Manual de Diseño Gráfico para su utilización por

FIRMADO POR	EVA MARIA BERNAL VELA	15/02/2024	PÁGINA 1/9
VERIFICACIÓN	PK2jm24AQHPY8YWA4654U8KEKK82XM	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	



el Gobierno y la Administración de la Junta de Andalucía, así como el Manual de Identidad Visual de Fondos Europeos Andalucía 2021-2027. **MÁXIMO 19 PUNTOS**

2.1. **Elementos identificativos del stand.** Se valorará el uso de recursos y elementos materiales y/o gráficos que ayuden a la identificación y visibilidad del stand en el pabellón de la Feria. MÁXIMO 10 PUNTOS

2.2. **Aplicación de logotipos institucionales.** Se valorará la correcta aplicación de logotipos institucionales y su aplicación en consonancia estética con la línea gráfica de la oferta presentada. MÁXIMO 9 PUNTOS

### 3. IDENTIFICACIÓN DEL SECTOR AGROALIMENTARIO Y PESQUERO ANDALUZ EN LA FERIA: MÁXIMO 10 PUNTOS

3.1. Identificación del sector agroalimentario objeto de la feria y de Andalucía: se valorará que las imágenes gráficas utilizadas representen con claridad el sector agroalimentario y pesquero andaluz. MÁXIMO 10 PUNTOS

Para la evaluación numérica de estos criterios ponderables en función de un juicio de valor, se tomará como base una calificación desde el 0 al 10 y, posteriormente, se ponderará al peso específico de cada uno de los criterios y subcriterios.

- La calificación será:
- 0 = MUY DEFICIENTE O NO SE PUEDE VALORAR
- 2 = DEFICIENTE
- 4 = INSUFICIENTE
- 6 = CORRECTO
- 8 = MUY BIEN
- 10 = EXCELENTE

A continuación se detalla la valoración (de 0 a 10 puntos) sin ponderar de las empresas licitadoras:

FIRMADO POR	EVA MARIA BERNAL VELA	15/02/2024	PÁGINA 2/9
	INMACULADA CONCEPCION GONZALEZ GONZALEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2jm24AQHPY8YWA4654U8KEKK82XM	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	



- **ABSOLUTE COMUNICACIÓN, S.L.**

## 1.- VALORACIÓN DE LA PLANTA.

### 1.1.- Distribución funcional: Muy bien (8 puntos).

La propuesta de distribución de la planta está muy bien.

Las zonas de información institucional y gusto del Sur se sitúan en las cabeceras de las islas ubicadas en pasillo central y orientadas a la entrada principal del pabellón, recibiendo al visitante que llega a la zona expositiva de Andalucía y al propio pabellón.

La propuesta presenta almacenes comunes para los coexpositores en todas las parcelas, ubicándolos en el interior de las mismas para desaprovechar el menor espacio expositivo posible en favor de las empresas coexpositoras.

Las zonas de recepción e información de las Diputaciones Provinciales se distribuyen en diferentes cabeceiras de isla, dispuestas esquinadas de forma intencionada para posibilitar el que algunos coexpositores se ubiquen también a dos calles.

La propuesta no alcanza mayor puntuación por las siguientes razones:

- La zona de showcooking de Denominaciones de Calidad se sitúa en una de las islas situadas en primera línea desde la entrada al pabellón, siendo una ubicación de gran tráfico de visitantes, de gran visibilidad y valor para las empresas coexpositoras. Además, con esta localización se pierde la oportunidad de usar esta zona como reclamo y dinamización para los pasillos interiores del stand.

- Si bien la zona gusto del Sur está muy bien ubicada, dando la bienvenida al visitante que entra por la entrada principal de pabellón, su espacio se ha sobredimensionado para la funcionalidad de la misma y el equipamiento solicitado.

### 1.2.- Optimización de accesos entre zonas: Excelente (10 puntos)

Los accesos entre zonas son excelentes. Destacan:

Los almacenes para los coexpositores de la mayoría de las parcelas disponen de accesos a ambos pasillos de la parcela, mejorando su funcionalidad y facilitando el servicio.

La sala institucional dispone de cuatro accesos diferenciados, dos directos desde pasillos laterales para la entrada de autoridades, uno desde la zona de office para dar servicio a la misma y otro directo a la zona destinada a guardarropa.

El office de la sala institucional cuenta con doble acceso, uno exterior para entrada de personal y mercancía y otro de servicio a la sala.

Los offices de las zonas de showcooking disponen de accesos a ambos pasillos laterales para entrada de mercancías y dar servicio a las zonas de showcooking de forma ágil.

La distribución de los espacios realizada en la propuesta, junto con los tótems interactivos presentes en el stand y los elementos identificativos de los coexpositores (rótulo identificativo en diferentes soportes, ángulos de visión y alturas, logotipos...) permiten a los visitantes acceder y visualizar de forma rápida a las empresas y productos andaluces en la feria.

FIRMADO POR	EVA MARIA BERNAL VELA	15/02/2024	PÁGINA 3/9
	INMACULADA CONCEPCION GONZALEZ GONZALEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2jm24AQHPY8YWA4654U8KEKK82XM	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	



## 2.- VISIBILIDAD E IDENTIFICACIÓN DEL STAND DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA EN EL RECINTO FERIAL.

### 2.1.- Elementos identificativos del stand: Excelente (10 puntos)

Los recursos y elementos utilizados para la identificación y visibilidad del stand en el pabellón de la Feria son excelentes.

Las zonas de recepción institucional y la zona de gusto del Sur se sitúan en las dos principales cabeceras del pabellón con acceso prioritario, recibiendo al visitante en el acceso del pabellón, con entidad y señalización suficiente para que el stand pueda ser fácilmente identificada por el público asistente a la feria. La recepción se corona con un logotipo de la Junta de Andalucía de gran dimensión en aéreo, enmarcado con iluminación Neon Flex en su contorno, contando además con corpóreo “Junta de Andalucía”, igualmente enmarcado e iluminado. También se incorpora a este espacio como recurso constructivo el “elemento caja”, haciendo predominar el verde corporativo con este recurso diferenciador, pero de forma tenue que no recarga gracias a su estética enmallada.

Las doce cestas aéreas del stand están identificadas en ambas caras con el nombre de la Comunidad Autónoma y la pastilla de logos institucionales a modo de paréntesis a ambos lados de éstas. Estas gráficas de gran formato están iluminadas interiormente para un efecto lámpara que realza su presencia y hace más clara su lectura desde la distancia.

Los logotipos institucionales “gusto del Sur” y la marca genérica de la Junta de Andalucía se reparten estratégicamente en aéreos y paramentos del stand para dar cobertura a todas las islas y conviviendo siempre en el campo visual desde cualquier punto del pabellón, teniéndose igualmente en consideración la alternancia con el contenido dinámico de las pantallas, consiguiendo así una excelente identificación y visibilidad del stand en el recinto.

### 2.2.- Aplicación de logotipos institucionales: Excelente (10 puntos)

Los logotipos institucionales de la propuesta, marca genérica de la Junta de Andalucía y agroalimentaria “gusto del Sur”, respetan sus manuales de identidad corporativa, siendo visibles en todos los elementos gráficos y aéreos institucionales presentados.

Además, en la propuesta se aplica de manera equilibrada y estética el logotipos de Fondos FEDER, cumpliendo con los requisitos de información, comunicación y visibilidad como se solicita en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

## 3.- IDENTIFICACIÓN DEL SECTOR AGROALIMENTARIO Y PESQUERO ANDALUZ EN LA FERIA.

### 3.1.- Identificación del sector agroalimentario objeto de la feria y de Andalucía: Excelente (10 puntos)

La identificación multisectorial andaluza es excelente.

Los principales sectores agroalimentarios y pesqueros andaluces aparecen representados en las gráficas y aéreos del stand: lácteos, hortofrutícola, cárnico, oleícola, vitivinícola y pesquero.

Además, la propuesta utiliza un lenguaje cromático para representar a cada sector que, aplicados en las cestas aéreas, pantallas y demás soportes, los identifica de manera excelente.

FIRMADO POR	EVA MARIA BERNAL VELA	15/02/2024	PÁGINA 4/9
	INMACULADA CONCEPCION GONZALEZ GONZALEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2jm24AQHPY8YWA4654U8KEKK82XM	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	



- **VIAJES EL CORTE INGLÉS, S.A.**

## 1.- VALORACIÓN DE LA PLANTA.

### 1.1.- Distribución funcional: Correcto (6 puntos)

La distribución de la planta es correcta.

Las zonas de información y gusto del Sur se ubican en las cabeceras de las islas ubicadas en pasillo central y orientadas a la entrada principal del pabellón, recibiendo al visitante que llega a la zona expositiva de Andalucía y al propio pabellón.

Las cabeceras de todas la Diputaciones están dispuestas en las islas de la primera línea desde la entrada al pabellón orientado a la puerta principal del pabellón, distribuyendo a todas sus empresas coexpositoras en bloque lo que otorga orden y claridad a la planta.

Los almacenes se han dejado en las zonas interiores de las islas, optimizando el perímetro como espacio expositivo para las empresas coexpositoras.

No alcanza mayor puntuación por varios motivos:

- Si bien es positivo que los dos espacios destinados a showcookings estén en el interior de la planta para generar flujo y dinamismo, se han ubicado en islas muy cercanas casi contiguas. Esta disposición puede hacer que el visitante lo perciba como una continuidad entre espacios y pierda identidad cada uno de los mismos. Además, se pierde la oportunidad de dotar de dinamismo a otras zonas más alejadas.

- La zona de información institucional no es funcional: por un lado existe un paramento detrás del mostrador de información que hace muy pequeño el espacio para atender a los visitantes; y por otro lado, la disposición del almacén deja arrinconado el espacio destinado a intervenciones institucionales, restando visibilidad al mismo.

- Existen zonas anexas a la sala Institucional que, además de no estar correctamente identificadas, quedan dispuestas de forma diferente en los planos y en los renders.

### 1.2.- Optimización de accesos entre zonas: Excelente (10 puntos)

La optimización de los accesos entre zonas es excelente.

Los almacenes para los coexpositores están ubicados en las zonas interiores de las islas y disponen de accesos a ambos pasillos de la parcela, mejorando su funcionalidad y facilitando el servicio a las empresas coexpositoras.

El office de la sala institucional cuenta con doble acceso, uno exterior para entrada de personal y mercancía y otro de servicio a la sala.

Los offices de las zonas de showcooking disponen de accesos a ambos pasillos laterales para entrada de mercancías y dar servicio a las zonas de showcooking de forma ágil.

La distribución de los espacios realizada en la propuesta, junto con los tótems interactivos presentes en el stand y los elementos identificativos de los coexpositores (rótulo identificativo en diferentes soportes, ángulos de visión y alturas, logotipos...) permiten a los visitantes acceder y visualizar de forma rápida a las empresas y productos andaluces en la feria.

FIRMADO POR	EVA MARIA BERNAL VELA	15/02/2024	PÁGINA 5/9
	INMACULADA CONCEPCION GONZALEZ GONZALEZ		
VERIFICACIÓN	PK2jm24AQHPY8YWA4654U8KEKK82XM	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	



## 2.- VISIBILIDAD E IDENTIFICACIÓN DEL STAND DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA EN EL RECINTO FERIAL.

### 2.1.- Elementos identificativos del stand: Correcto (6 puntos)

Los elementos identificativos de la propuesta para conseguir la visibilidad e identificación del stand son correctos.

La propuesta contempla una estructura aérea que corona la GALERÍA DE SABORES (el stand de Andalucía) donde identifica la zona a través de lienzos aéreos. Estos lienzos, donde se ve representada la marca de la Junta de Andalucía y Gusto del Sur, están compuestos por un marco central en DM blanco con led en todo su perímetro y que alberga una pantalla de gran formato (en 3 de los aéreos) o una caja de luz retroiluminada (en el resto de los aéreos).

Además, la presencia de las marcas y logotipos institucionales se hace extensiva a todo el stand: a los separadores de la zona de coexpositores, a las zonas comunes de paso y a la zona de Denominaciones de Calidad, consiguiendo así una correcta identificación del stand.

A pesar de que la marca Junta de Andalucía se repite en todos los aéreos, por la propia composición y proporcionalidad del imago tipo y su descriptivo, el nombre de la comunidad se queda pequeño para identificar óptimamente el stand.

### 2.2.- Aplicación de logotipos institucionales: Excelente (10 puntos)

Los logotipos institucionales de la propuesta, marca genérica de la Junta de Andalucía y agroalimentaria “gusto del Sur”, respetan sus manuales de identidad corporativa, siendo visibles en todos los elementos gráficos y aéreos institucionales presentados.

Además, en la propuesta se aplica de manera equilibrada y estética el logotipos de Fondos FEDER, cumpliendo con los requisitos de información, comunicación y visibilidad como se solicita en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

## 3.- IDENTIFICACIÓN DEL SECTOR AGROALIMENTARIO Y PESQUERO ANDALUZ EN LA FERIA.

### 3.1.- Identificación del sector agroalimentario objeto de la feria y de Andalucía: Muy bien (8 puntos)

La identificación de los principales sectores agroalimentarios objeto de la feria está muy bien.

Es una feria multiproducto donde los sectores agroalimentarios y pesqueros más representativos de la economía andaluza aparecen representados en las gráficas de los aéreos del stand a través de ilustraciones tipo acuarela: lácteos, hortofrutícola, cárnico, oleícola, vitivinícola y pesquero.

La propuesta no alcanza mayor puntuación por los siguientes motivos:

- Si bien en los renders de la oferta la representación del sector está muy presente en los elementos aéreos del stand, en las zonas institucionales (punto de información, “gusto del Sur” y showcookings), esta representación se reduce prácticamente a una leve expresión en los tótems informativos y una representación del sector lácteo a través de una fotografía a gran formato que no guarda relación, desde el punto de vista creativo, con la línea creativa de las ilustraciones tipo acuarela.
- No se han aprovechado otros paramentos del stand de grandes dimensiones, como las paredes de los almacenes, offices, o sala institucional, para representar el sector agroalimentario y pesquero andaluz.

FIRMADO POR	EVA MARIA BERNAL VELA	15/02/2024	PÁGINA 6/9
	INMACULADA CONCEPCION GONZALEZ GONZALEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2jm24AQHPY8YWA4654U8KEKK82XM	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	



## **RESUMEN VALORACIÓN TÉCNICA**

			ABBSOLUTE COMUNICACIÓN, S.L		VIAJES EL CORTE INGLÉS,S.A	
		PONDERACIÓN	VALORACIÓN TÉCNICA ABSOLUTA	VALORACIÓN TÉCNICA PONDERADA	VALORACIÓN TÉCNICA ABSOLUTA	VALORACIÓN TÉCNICA PONDERADA
PLANTA	DISTRIBUCIÓN FUNCIONAL	10	8	8	6	6
	OPTIMIZACIÓN ACCESOS	10	10	10	10	10
VISIBILIDAD E IDENTIFICACIÓN DEL STAND	ELEMENTOS IDENTIFICATIVOS	10	10	10	6	6
	APLICACIÓN LOGOS	9	10	9	10	9
SECTOR	IDENTIFICACIÓN SECTOR	10	10	10	8	8
<b>VALORACIÓN TÉCNICA</b>		<b>49</b>		<b>47</b>		<b>39</b>

### **B.- CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN VALORADOS MEDIANTE APLICACIÓN DE FÓRMULAS:**

1.- Las **OFERTAS ECONÓMICAS** presentadas por las empresas se resumen en el siguiente cuadro. En él, se comprueba que el precio unitario ofertado por cada una de las licitadoras para el Contrato Basado es igual o inferior al precio que ofertaron en el Acuerdo Marco de referencia:

### **COMPROBACIÓN DE LA PROPOSICIÓN ECONÓMICA**

	UNIDAD	PROPOSICIÓN ECONÓMICA ACUERDO MARCO		PROPOSICIÓN ECONÓMICA CONTRATO BASADO	
		ABBSOLUTE COMUNICACIÓN, S.L	VIAJES EL CORTE INGLÉS,S.A	ABBSOLUTE COMUNICACIÓN, S.L	VIAJES EL CORTE INGLÉS,S.A
Diseño, montaje y asistencia integral	€/ m2	368,00	375,00	340,00	365,00
Azafata/o con español e inglés	€/ pax / día	230,00	221,00	205,00	215,00
Camareros/as	€/ pax / día	450,00	445,00	405,00	435,00
Camarero/a, experto/a cortador/a de jamón	€/ pax / día	495,00	490,00	445,00	475,00
Cocinero/a	€/ pax / día	540,00	535,00	485,00	500,00
Comunicador/a gastronómico/a	€/ pax / día	655,00	650,00	585,00	630,00
Intérprete lenguaje signos	€/ pax / día	440,00	435,00	395,00	430,00
Técnico/a de audiovisuales	€/ pax / día	400,00	395,00	360,00	390,00
Carretillero	€/ pax / día	300,00	295,00	270,00	290,00
Otros servicios feriales	% factura	17,50	17,00	0,001	17,00

FIRMADO POR	EVA MARIA BERNAL VELA	15/02/2024	PÁGINA 7/9
	INMACULADA CONCEPCION GONZALEZ GONZALEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2jm24AQHPY8YWA4654U8KEKK82XM	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	



### VALORACIÓN DE LA PROPOSICIÓN ECONÓMICA

	UNIDAD	PONDERACIÓN	PUNTOS	PROPOSICIÓN ECONÓMICA CONTRATO BASADO		VALORACIÓN PONDERADA	
				ABBSOLUTE COMUNICACIÓN, S.L	VIAJES EL CORTE INGLÉS,S.A	ABBSOLUTE COMUNICACIÓN, S.L	VIAJES EL CORTE INGLÉS,S.A
Diseño, montaje y asist integral	€/ m2	89,000 %	43,316	340,000	365,000	43,610	40,623
Azafata/o con español e inglés	€/ pax / día	1,218 %	0,597	205,000	215,000	0,597	0,569
Camareros/as	€/ pax / día	1,218 %	0,597	405,000	435,000	0,597	0,555
Camarero/a cortador/a de jamón	€/ pax / día	1,218 %	0,597	445,000	475,000	0,597	0,559
Cocinero/a	€/ pax / día	1,237 %	0,606	485,000	500,000	0,606	0,587
Comunicador/a gastronómico/a	€/ pax / día	1,237 %	0,606	585,000	630,000	0,606	0,562
Intérprete lenguaje signos	€/ pax / día	1,222 %	0,599	395,000	430,000	0,599	0,550
Técnico/a de audiovisuales	€/ pax / día	1,220 %	0,598	360,000	390,000	0,598	0,552
Carretillero	€/ pax / día	1,210 %	0,593	270,000	290,000	0,593	0,552
Otros servicios feriales	% factura	1,218 %	0,597	0,001	17,000	0,597	0,000
<b>VALORACIÓN ECONÓMICA</b>						<b>49,000</b>	<b>45,109</b>

2.- Respecto a las **MEJORAS**, las empresas que las presentan y sus puntuaciones se resumen en el siguiente cuadro:

	ABBSOLUTE COMUNICACIÓN, S.L	VIAJES EL CORTE INGLÉS,S.A
PLANIFICACIÓN RRSS	Sí	Sí
<b>VALORACIÓN MEJORAS</b>	<b>2</b>	<b>2</b>

FIRMADO POR	EVA MARIA BERNAL VELA	15/02/2024	PÁGINA 8/9
	INMACULADA CONCEPCION GONZALEZ GONZALEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2jm24AQHPY8YWA4654U8KEKK82XM	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	





El resumen de la **VALORACIÓN TOTAL DE LAS OFERTAS PRESENTADAS** por las empresas licitadoras es el siguiente:

	<b>ABBOLUTE COMUNICACIÓN, S.L</b>	<b>VIAJES EL CORTE INGLÉS,S.A</b>
TÉCNICA	47,00	39,00
ECONÓMICA	49,000	45,109
MEJORAS	2,00	2,00
<b>TOTAL</b>	<b>98,00</b>	<b>86,109</b>

TÉCNICA DEL DEPARTAMENTO  
DE PROMOCIÓN AGROALIMENTARIA Y PESQUERA

LA JEFA DEL DEPARTAMENTO  
DE PROMOCIÓN AGROALIMENTARIA Y PESQUERA

Fdo: Eva M.<sup>a</sup> Bernal Vela

Fdo: Inmaculada González González

FIRMADO POR	EVA MARIA BERNAL VELA	15/02/2024	PÁGINA 9/9
	INMACULADA CONCEPCION GONZALEZ GONZALEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2jm24AQHPY8YWA4654U8KEKK82XM	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	