

**INFORME DEL VOCAL DE LA MESA DE CONTRATACIÓN RELATIVO AL EXAMEN DE LOS CRITERIOS DE VALORACIÓN MEDIANTE FÓRMULAS DE LAS OFERTAS PRESENTADAS EN LA LICITACIÓN DEL CONTRATO DE PLANIFICACIÓN DE MEDIOS, EJECUCIÓN DE LOS PLANES DE MEDIOS Y COMPRA DE ESPACIOS EN SOPORTES PUBLICITARIOS PARA LAS ACCIONES DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DE LA CONSEJERÍA DE AGRICULTURA, PESCA, AGUA Y DESARROLLO RURAL, LOTE 3.**

Mediante el presente Informe, se procede al estudio y examen de los criterios de valoración mediante fórmulas de las ofertas presentadas en la licitación de referencia correspondientes al Lote 3, a su valoración y a la comprobación de la posible existencia de ofertas anormalmente bajas.

El apartado 8 del Anexo I del Pliego de Cláusulas Administrativas del referido contrato establece:

“(…)

**Lote 3**

**1. Proposición económica (hasta 82 puntos)**

Se valorará con 82 puntos 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:

**A.** En concepto de costes netos con carácter general en la compra de espacios publicitarios en el medio exterior: se valorará con 77 puntos, distribuido de la siguiente manera:

Advertencia: los CPC, CPM y CPV ofertados deberán ser un valor superior a cero (0) con dos decimales. En el caso de que, en alguno de los CPC, CPM o CPV se oferte un valor igual o inferior a cero (0), se tomara como valor mínimo admisible el valor 0,01.

La no inclusión en la oferta de uno o más de los CPC, CPM o CPV a los que se hace referencia en este apartado, conllevará a la no valoración de la puntuación que tuviera asignada el correspondiente soporte ámbito-target.

**(CUADRO…)**

Para valorar este concepto, la fórmula aplicable será la siguiente para cada oferta presentada:

$VF = V1 + V2 + V3 + V4 + \dots + Vn$ , siendo V1, V2, V3, V4, ... y Vn, los valores obtenidos por cada oferta presentada para cada una de los “soporte-ámbito-target” y formatos de compra (CPC, CPM o CPV) definidos dentro del apartado 1.1 concepto de costes netos con carácter general en la compra de espacios publicitarios en el medio redes sociales de la Proposición Económica.

La fórmula aplicable para el cálculo de V1, V2, V3, V4, ... y Vn de cada oferta, es la siguiente:

$$Vi = PMi / (RFi / RFMINi)$$

Donde:

Vi = Puntuación de la oferta presentada para el soporte-ámbito-target “i” y formato de compra (CPC, CPM o CPV).

PMi = Puntuación máxima del coste neto para el soporte-ámbito-target “i” y formato de compra (CPC, CPM o CPV).

RFi = Coste neto ofertado para el soporte-ámbito-target “i” y formato de compra (CPC, CPM o CPV).

RFMINi = Coste neto de menor importe de las ofertas valoradas para el soporte-ámbito-target “i” y formato de compra (CPC, CPM o CPV). (...)

Tras el examen de las proposiciones económicas de las ofertas presentadas por las empresas admitidas a la licitación, conforme a los referidos criterios de adjudicación valorados mediante la aplicación de fórmulas, los distintos licitadores obtienen las siguientes puntuaciones:



FIRMADO POR	FRANCISCO MANUEL PADRON GARCIA TALAVERA	10/06/2024	PÁGINA 1/34
VERIFICACIÓN	Pk2jmHTNDSA4W54TV2BDF32MZKTM AH	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	



<b>NF</b>								
Nº global soportes	198	Puntos Totales	<b>69,44</b>	Porcentaje bajas	36,36	¿Baja global?	Sí	

Nº sopor-tes CPC	Total CPC	Total ba-jas CPC	Nº sopor-tes CPM	Total CPM	Total ba-jas CPM	Nº sopor-tes CPV	Total CPV	Total ba-jas CPV
56	19,63	24	70	22,29	30	72	27,52	18

<b>NF</b>								
Precio CPC	Punt. CPC	CPC <30% Med	Precio CPM	Punt. CPM	CPM <30% Med	Precio CPV	Punt. CPV	CPV <30% Med
0,20	0,05	NO	0,37	0,03	NO	0,01	1,04	NO
0,01	0,42	NO	0,01	0,42	NO	0,01	0,29	NO
0,01	0,72	SÍ	0,01	0,72	SÍ	0,01	0,72	SÍ
0,01	0,27	NO	0,01	0,27	NO	0,01	0,19	NO
0,01	0,72	SÍ	0,01	0,72	SÍ	0,01	0,72	SÍ
0,01	0,27	NO	0,01	0,27	NO	0,01	0,19	NO
0,01	0,72	SÍ	0,01	0,72	SÍ	0,01	0,72	NO
0,01	0,27	NO	0,01	0,27	NO	0,01	0,19	NO
0,01	0,72	SÍ	0,01	0,72	SÍ	0,01	0,72	NO
0,01	0,27	NO	0,01	0,27	NO	0,01	0,19	NO



0,01	0,72	SÍ	0,01	0,72	SÍ	0,01	0,67	NO
0,01	0,27	NO	0,01	0,27	NO	0,01	0,19	NO
0,01	0,62	SÍ	0,01	0,62	SÍ	0,01	0,62	SÍ
0,01	0,27	NO	0,01	0,27	NO	0,01	0,19	NO
1,00	0,00	NO	6,80	0,00	NO	0,06	0,07	NO
0,01	0,42	NO	0,01	0,42	NO	0,01	0,29	NO
0,01	0,42	SÍ	0,01	0,42	SÍ	0,01	0,42	SÍ
0,01	0,27	NO	0,01	0,27	NO	0,01	0,19	NO
0,01	0,35	SÍ	0,01	0,35	SÍ	0,01	0,35	SÍ
0,01	0,20	NO	0,01	0,20	NO	0,01	0,14	NO
0,01	0,35	SÍ	0,01	0,35	SÍ	0,01	0,35	SÍ
0,01	0,20	NO	0,01	0,20	NO	0,01	0,14	NO
0,01	0,35	SÍ	0,01	0,35	SÍ	0,01	0,35	SÍ



0,01	0,20	NO	0,01	0,20	NO	0,01	0,14	NO
0,01	0,35	SÍ	0,01	0,35	SÍ	0,01	0,35	SÍ
0,01	0,20	NO	0,01	0,20	NO	0,01	0,14	NO
0,01	0,35	SÍ	0,01	0,35	SÍ	0,01	0,35	SÍ
0,01	0,20	NO	0,01	0,20	NO	0,01	0,14	NO
0,20	0,03	NO	0,42	0,01	NO	0,02	0,30	NO
0,01	0,35	NO	0,01	0,35	NO	0,01	0,25	NO
0,01	0,65	SÍ	0,01	0,65	SÍ	0,01	0,65	SÍ
0,01	0,20	NO	0,01	0,20	NO	0,01	0,14	NO
0,01	0,72	SÍ	0,01	0,72	SÍ	0,01	0,72	NO
0,01	0,27	NO	0,01	0,27	NO	0,01	0,19	NO
0,01	0,72	SÍ	0,01	0,72	SÍ	0,01	0,72	NO



0,01	0,27	NO	0,01	0,27	NO	0,01	0,19	NO
0,01	0,62	SÍ	0,01	0,62	SÍ	0,01	0,62	NO
0,01	0,27	NO	0,01	0,27	NO	0,01	0,19	NO
0,01	0,72	SÍ	0,01	0,72	SÍ	0,01	0,72	NO
0,01	0,27	NO	0,01	0,27	NO	0,01	0,19	NO
0,01	0,62	SÍ	0,01	0,62	SÍ	0,01	0,62	NO
0,01	0,27	NO	0,01	0,27	NO	0,01	0,19	NO
0,15	0,02	NO	0,41	0,01	NO	0,01	0,32	NO
0,01	0,22	NO	0,01	0,22	NO	0,01	0,15	NO
0,01	0,32	SÍ	0,01	0,32	SÍ	0,01	0,32	SÍ

FIRMADO POR	FRANCISCO MANUEL PADRON GARCIA TALAVERA	10/06/2024	PÁGINA 5/34
VERIFICACIÓN	Pk2jmHTNDSA4W54TV2BDF32MZKTM AH	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	



0,01	0,22	NO	0,01	0,22	NO	0,01	0,15	NO
0,01	0,32	SÍ	0,01	0,32	SÍ	0,01	0,32	NO
0,01	0,22	NO	0,01	0,22	NO	0,01	0,15	NO
0,01	0,32	SÍ	0,01	0,32	SÍ	0,01	0,32	NO
0,01	0,22	NO	0,01	0,22	NO	0,01	0,15	NO
0,01	0,32	SÍ	0,01	0,32	SÍ	0,01	0,32	NO
0,01	0,22	NO	0,01	0,22	NO	0,01	0,15	NO
0,01	0,32	SÍ	0,01	0,32	SÍ	0,01	0,32	NO
0,01	0,22	NO	0,01	0,22	NO	0,01	0,15	NO
0,01	0,32	SÍ	0,01	0,32	SÍ	0,01	0,32	NO
0,01	0,22	NO	0,01	0,22	NO	0,01	0,15	NO
0,01	0,32	SÍ	0,01	0,32	SÍ	0,01	0,32	NO
0,01	0,22	NO	0,01	0,22	NO	0,01	0,15	NO
X (No re-llenar)	-	NO	X (No re-llenar)	-	NO	0,01	0,77	NO
X (No re-llenar)	-	NO	X (No re-llenar)	-	NO	0,01	0,42	NO
X (No re-llenar)	-	NO	X (No re-llenar)	-	NO	0,01	0,77	SÍ

FIRMADO POR	FRANCISCO MANUEL PADRON GARCIA TALAVERA	10/06/2024	PÁGINA 6/34
VERIFICACIÓN	Pk2jmHTNDSA4W54TV2BDF32MZKTM AH	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	



X (No re-llenar)	-	NO	X (No re-llenar)	-	NO	0,01	0,42	NO
X (No re-llenar)	-	NO	X (No re-llenar)	-	NO	0,01	0,77	SÍ
X (No re-llenar)	-	NO	X (No re-llenar)	-	NO	0,01	0,20	NO
X (No re-llenar)	-	NO	X (No re-llenar)	-	NO	0,01	0,42	SÍ
X (No re-llenar)	-	NO	X (No re-llenar)	-	NO	0,01	0,42	NO
X (No re-llenar)	-	NO	X (No re-llenar)	-	NO	0,01	0,77	SÍ
X (No re-llenar)	-	NO	X (No re-llenar)	-	NO	0,01	0,42	NO
X (No re-llenar)	-	NO	X (No re-llenar)	-	NO	0,01	0,77	SÍ



X (No re-llenar)	-	NO	X (No re-llenar)	-	NO	0,01	0,77	NO
X (No re-llenar)	-	NO	X (No re-llenar)	-	NO	0,01	0,57	SÍ
X (No re-llenar)	-	NO	X (No re-llenar)	-	NO	0,01	0,47	NO
X (No re-llenar)	-	NO	10,00	0,00	NO	X (No re-llenar)	-	NO
X (No re-llenar)	-	NO	0,01	0,18	NO	X (No re-llenar)	-	NO
X (No re-llenar)	-	NO	0,01	0,18	SÍ	X (No re-llenar)	-	NO





X (No rellena)	-	NO	0,01	0,08	NO	X (No rellena)	-	NO
X (No rellena)	-	NO	0,01	0,28	SÍ	X (No rellena)	-	NO
X (No rellena)	-	NO	0,01	0,18	NO	X (No rellena)	-	NO
X (No rellena)	-	NO	0,01	0,25	SÍ	X (No rellena)	-	NO
X (No rellena)	-	NO	0,01	0,18	NO	X (No rellena)	-	NO
X (No rellena)	-	NO	0,01	0,28	SÍ	X (No rellena)	-	NO
X (No rellena)	-	NO	0,01	0,18	NO	X (No rellena)	-	NO



X (No re-llenar)	-	NO	0,01	0,28	SÍ	X (No re-llenar)	-	NO
X (No re-llenar)	-	NO	0,01	0,18	NO	X (No re-llenar)	-	NO
X (No re-llenar)	-	NO	0,01	0,28	SÍ	X (No re-llenar)	-	NO
X (No re-llenar)	-	NO	0,01	0,18	NO	X (No re-llenar)	-	NO
X (No re-llenar)	-	NO	X (No re-llenar)	-	NO	0,01	0,25	SÍ
X (No re-llenar)	-	NO	X (No re-llenar)	-	NO	0,01	0,25	NO



FAMIY DIFFERENT								
Nº global soportes	198	Puntos Totales	77,00	Porcentaje bajas	41,92	¿Baja global?	Sí	

Nº soportes CPC	Total CPC	Total bajas CPC	Nº soportes CPM	Total CPM	Total bajas CPM	Nº soportes CPV	Total CPV	Total bajas CPV
56	21,85	28	70	24,83	35	72	30,32	20

FAMIY DIFFERENT								
Precio CPC	Punt. CPC	CPC <30% Med	Precio CPM	Punt. CPM	CPM <30% Med	Precio CPV	Punt. CPV	CPV <30% Med
0,01	0,98	SÍ	0,01	0,97	SÍ	0,01	1,04	NO
0,01	0,42	NO	0,01	0,42	NO	0,01	0,42	NO
0,01	0,72	SÍ	0,01	0,72	SÍ	0,01	0,72	SÍ
0,01	0,27	NO	0,01	0,27	NO	0,01	0,27	NO
0,01	0,72	SÍ	0,01	0,72	SÍ	0,01	0,72	SÍ
0,01	0,27	NO	0,01	0,27	NO	0,01	0,27	NO
0,01	0,72	SÍ	0,01	0,72	SÍ	0,01	0,72	NO
0,01	0,27	NO	0,01	0,27	NO	0,01	0,27	NO
0,01	0,72	SÍ	0,01	0,72	SÍ	0,01	0,72	NO
0,01	0,27	NO	0,01	0,27	NO	0,01	0,27	NO



0,01	0,72	SÍ	0,01	0,72	SÍ	0,01	0,67	NO
0,01	0,27	NO	0,01	0,27	NO	0,01	0,27	NO
0,01	0,62	SÍ	0,01	0,62	SÍ	0,01	0,62	SÍ
0,01	0,27	NO	0,01	0,27	NO	0,01	0,27	NO
0,01	0,42	SÍ	0,01	0,42	SÍ	0,01	0,42	SÍ
0,01	0,42	NO	0,01	0,42	NO	0,01	0,42	NO
0,01	0,42	SÍ	0,01	0,42	SÍ	0,01	0,42	SÍ
0,01	0,27	NO	0,01	0,27	NO	0,01	0,27	NO
0,01	0,35	SÍ	0,01	0,35	SÍ	0,01	0,35	SÍ
0,01	0,20	NO	0,01	0,20	NO	0,01	0,20	NO
0,01	0,35	SÍ	0,01	0,35	SÍ	0,01	0,35	SÍ
0,01	0,20	NO	0,01	0,20	NO	0,01	0,20	NO
0,01	0,35	SÍ	0,01	0,35	SÍ	0,01	0,35	SÍ



0,01	0,20	NO	0,01	0,20	NO	0,01	0,20	NO
0,01	0,35	SÍ	0,01	0,35	SÍ	0,01	0,35	SÍ
0,01	0,20	NO	0,01	0,20	NO	0,01	0,20	NO
0,01	0,35	SÍ	0,01	0,35	SÍ	0,01	0,35	SÍ
0,01	0,20	NO	0,01	0,20	NO	0,01	0,20	NO
0,01	0,60	SÍ	0,01	0,60	SÍ	0,01	0,60	SÍ
0,01	0,35	NO	0,01	0,35	NO	0,01	0,35	NO
0,01	0,65	SÍ	0,01	0,65	SÍ	0,01	0,65	SÍ
0,01	0,20	NO	0,01	0,20	NO	0,01	0,20	NO
0,01	0,72	SÍ	0,01	0,72	SÍ	0,01	0,72	NO
0,01	0,27	NO	0,01	0,27	NO	0,01	0,27	NO
0,01	0,72	SÍ	0,01	0,72	SÍ	0,01	0,72	NO



0,01	0,27	NO	0,01	0,27	NO	0,01	0,27	NO
0,01	0,62	SÍ	0,01	0,62	SÍ	0,01	0,62	NO
0,01	0,27	NO	0,01	0,27	NO	0,01	0,27	NO
0,01	0,72	SÍ	0,01	0,72	SÍ	0,01	0,72	NO
0,01	0,27	NO	0,01	0,27	NO	0,01	0,27	NO
0,01	0,62	SÍ	0,01	0,62	SÍ	0,01	0,62	NO
0,01	0,27	NO	0,01	0,27	NO	0,01	0,27	NO
0,01	0,32	SÍ	0,01	0,32	SÍ	0,01	0,32	NO
0,01	0,22	NO	0,01	0,22	NO	0,01	0,22	NO
0,01	0,32	SÍ	0,01	0,32	SÍ	0,01	0,32	SÍ



0,01	0,22	NO	0,01	0,22	NO	0,01	0,22	NO
0,01	0,32	SÍ	0,01	0,32	SÍ	0,01	0,32	NO
0,01	0,22	NO	0,01	0,22	NO	0,01	0,22	NO
0,01	0,32	SÍ	0,01	0,32	SÍ	0,01	0,32	NO
0,01	0,22	NO	0,01	0,22	NO	0,01	0,22	NO
0,01	0,32	SÍ	0,01	0,32	SÍ	0,01	0,32	NO
0,01	0,22	NO	0,01	0,22	NO	0,01	0,22	NO
0,01	0,32	SÍ	0,01	0,32	SÍ	0,01	0,32	NO
0,01	0,22	NO	0,01	0,22	NO	0,01	0,22	NO
0,01	0,32	SÍ	0,01	0,32	SÍ	0,01	0,32	NO
0,01	0,22	NO	0,01	0,22	NO	0,01	0,22	NO
0,01	0,32	SÍ	0,01	0,32	SÍ	0,01	0,32	NO
0,01	0,22	NO	0,01	0,22	NO	0,01	0,22	NO
X (No re-llenar)	-	NO	X (No re-llenar)	-	NO	0,01	0,77	NO
X (No re-llenar)	-	NO	X (No re-llenar)	-	NO	0,01	0,42	NO
X (No re-llenar)	-	NO	X (No re-llenar)	-	NO	0,01	0,77	SÍ

FIRMADO POR	FRANCISCO MANUEL PADRON GARCIA TALAVERA	10/06/2024	PÁGINA 15/34
VERIFICACIÓN	Pk2jmHTNDSA4W54TV2BDF32MZKTM AH	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	



X (No rellena)	-	NO	X (No rellena)	-	NO	0,01	0,42	NO
X (No rellena)	-	NO	X (No rellena)	-	NO	0,01	0,77	SÍ
X (No rellena)	-	NO	X (No rellena)	-	NO	0,01	0,20	NO
X (No rellena)	-	NO	X (No rellena)	-	NO	0,01	0,42	SÍ
X (No rellena)	-	NO	X (No rellena)	-	NO	0,01	0,42	NO
X (No rellena)	-	NO	X (No rellena)	-	NO	0,01	0,77	SÍ
X (No rellena)	-	NO	X (No rellena)	-	NO	0,01	0,42	NO
X (No rellena)	-	NO	X (No rellena)	-	NO	0,01	0,77	SÍ





X (No re-llenar)	-	NO	X (No re-llenar)	-	NO	0,01	0,77	NO
X (No re-llenar)	-	NO	X (No re-llenar)	-	NO	0,01	0,57	SÍ
X (No re-llenar)	-	NO	X (No re-llenar)	-	NO	0,01	0,47	NO
X (No re-llenar)	-	NO	0,01	0,28	SÍ	X (No re-llenar)	-	NO
X (No re-llenar)	-	NO	0,01	0,18	NO	X (No re-llenar)	-	NO
X (No re-llenar)	-	NO	0,01	0,18	SÍ	X (No re-llenar)	-	NO



X (No rellena)	-	NO	0,01	0,08	NO	X (No rellena)	-	NO
X (No rellena)	-	NO	0,01	0,28	SÍ	X (No rellena)	-	NO
X (No rellena)	-	NO	0,01	0,18	NO	X (No rellena)	-	NO
X (No rellena)	-	NO	0,01	0,25	SÍ	X (No rellena)	-	NO
X (No rellena)	-	NO	0,01	0,18	NO	X (No rellena)	-	NO
X (No rellena)	-	NO	0,01	0,28	SÍ	X (No rellena)	-	NO
X (No rellena)	-	NO	0,01	0,18	NO	X (No rellena)	-	NO



X (No re-llenar)	-	NO	0,01	0,28	SÍ	X (No re-llenar)	-	NO
X (No re-llenar)	-	NO	0,01	0,18	NO	X (No re-llenar)	-	NO
X (No re-llenar)	-	NO	0,01	0,28	SÍ	X (No re-llenar)	-	NO
X (No re-llenar)	-	NO	0,01	0,18	NO	X (No re-llenar)	-	NO
X (No re-llenar)	-	NO	X (No re-llenar)	-	NO	0,01	0,25	SÍ
X (No re-llenar)	-	NO	X (No re-llenar)	-	NO	0,01	0,25	NO



ZOSMAMEDIA							
Nº global soportes	198	Puntos Totales	<b>33,33</b>	Porcentaje bajas	0,00	¿Baja global?	No

Nº soportes CPC	Total CPC	Total bajas CPC	Nº soportes CPM	Total CPM	Total bajas CPM	Nº soportes CPV	Total CPV	Total bajas CPV
56	7,62	0	70	8,50	0	72	17,21	0

ZOSMA MEDIA								
Precio CPC	Punt. CPC	CPC <30% Med	Precio CPM	Punt. CPM	CPM <30% Med	Precio CPV	Punt. CPV	CPV <30% Med
0,29	0,03	NO	0,63	0,02	NO	0,02	0,52	NO
0,01	0,42	NO	0,01	0,42	NO	0,01	0,42	NO
0,40	0,02	NO	0,86	0,01	NO	0,05	0,14	NO
0,01	0,27	NO	0,01	0,27	NO	0,01	0,27	NO
0,35	0,02	NO	0,75	0,01	NO	0,03	0,24	NO
0,01	0,27	NO	0,01	0,27	NO	0,01	0,27	NO
0,29	0,02	NO	0,69	0,01	NO	0,02	0,36	NO
0,01	0,27	NO	0,01	0,27	NO	0,01	0,27	NO
0,29	0,02	NO	0,69	0,01	NO	0,02	0,36	NO
0,01	0,27	NO	0,01	0,27	NO	0,01	0,27	NO



0,35	0,02	NO	0,81	0,01	NO	0,02	0,34	NO
0,01	0,27	NO	0,01	0,27	NO	0,01	0,27	NO
0,40	0,02	NO	0,92	0,01	NO	0,03	0,21	NO
0,01	0,27	NO	0,01	0,27	NO	0,01	0,27	NO
2,88	0,00	NO	4,60	0,00	NO	0,05	0,08	NO
0,01	0,42	NO	0,01	0,42	NO	0,01	0,42	NO
3,22	0,00	NO	8,05	0,00	NO	0,07	0,06	NO
0,01	0,27	NO	0,01	0,27	NO	0,01	0,27	NO
3,45	0,00	NO	6,33	0,00	NO	0,07	0,05	NO
0,01	0,20	NO	0,01	0,20	NO	0,01	0,20	NO
3,45	0,00	NO	6,33	0,00	NO	0,07	0,05	NO
0,01	0,20	NO	0,01	0,20	NO	0,01	0,20	NO
3,45	0,00	NO	6,33	0,00	NO	0,07	0,05	NO



0,01	0,20	NO	0,01	0,20	NO	0,01	0,20	NO
3,45	0,00	NO	6,90	0,00	NO	0,07	0,05	NO
0,01	0,20	NO	0,01	0,20	NO	0,01	0,20	NO
3,45	0,00	NO	6,33	0,00	NO	0,07	0,05	NO
0,01	0,20	NO	0,01	0,20	NO	0,01	0,20	NO
0,23	0,03	NO	0,58	0,01	NO	0,02	0,30	NO
0,01	0,35	NO	0,01	0,35	NO	0,01	0,35	NO
0,29	0,02	NO	0,81	0,01	NO	0,03	0,22	NO
0,01	0,20	NO	0,01	0,20	NO	0,01	0,20	NO
0,29	0,02	NO	0,75	0,01	NO	0,02	0,36	NO
0,01	0,27	NO	0,01	0,27	NO	0,01	0,27	NO
0,23	0,03	NO	0,63	0,01	NO	0,02	0,36	NO



0,01	0,27	NO	0,01	0,27	NO	0,01	0,27	NO
0,23	0,03	NO	0,63	0,01	NO	0,02	0,31	NO
0,01	0,27	NO	0,01	0,27	NO	0,01	0,27	NO
0,23	0,03	NO	0,63	0,01	NO	0,02	0,36	NO
0,01	0,27	NO	0,01	0,27	NO	0,01	0,27	NO
0,29	0,02	NO	0,69	0,01	NO	0,02	0,31	NO
0,01	0,27	NO	0,01	0,27	NO	0,01	0,27	NO
0,17	0,02	NO	0,69	0,00	NO	0,02	0,16	NO
0,01	0,22	NO	0,01	0,22	NO	0,01	0,22	NO
0,29	0,01	NO	0,92	0,00	NO	0,03	0,11	NO

FIRMADO POR	FRANCISCO MANUEL PADRON GARCIA TALAVERA	10/06/2024	PÁGINA 23/34
VERIFICACIÓN	Pk2jmHTNDSA4W54TV2BDF32MZKTM AH	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	



0,01	0,22	NO	0,01	0,22	NO	0,01	0,22	NO
0,23	0,01	NO	0,81	0,00	NO	0,02	0,16	NO
0,01	0,22	NO	0,01	0,22	NO	0,01	0,22	NO
0,23	0,01	NO	0,81	0,00	NO	0,02	0,16	NO
0,01	0,22	NO	0,01	0,22	NO	0,01	0,22	NO
0,23	0,01	NO	0,81	0,00	NO	0,02	0,16	NO
0,01	0,22	NO	0,01	0,22	NO	0,01	0,22	NO
0,23	0,01	NO	0,81	0,00	NO	0,02	0,16	NO
0,01	0,22	NO	0,01	0,22	NO	0,01	0,22	NO
0,23	0,01	NO	0,81	0,00	NO	0,02	0,16	NO
0,01	0,22	NO	0,01	0,22	NO	0,01	0,22	NO
0,23	0,01	NO	0,81	0,00	NO	0,02	0,16	NO
0,01	0,22	NO	0,01	0,22	NO	0,01	0,22	NO
X (No re-llenar)	-	NO	X (No re-llenar)	-	NO	0,02	0,39	NO
X (No re-llenar)	-	NO	X (No re-llenar)	-	NO	0,01	0,42	NO
X (No re-llenar)	-	NO	X (No re-llenar)	-	NO	0,03	0,26	NO





X (No rellena)	-	NO	X (No rellena)	-	NO	0,01	0,42	NO
X (No rellena)	-	NO	X (No rellena)	-	NO	0,23	0,03	NO
X (No rellena)	-	NO	X (No rellena)	-	NO	0,01	0,20	NO
X (No rellena)	-	NO	X (No rellena)	-	NO	0,23	0,02	NO
X (No rellena)	-	NO	X (No rellena)	-	NO	0,01	0,42	NO
X (No rellena)	-	NO	X (No rellena)	-	NO	0,23	0,03	NO
X (No rellena)	-	NO	X (No rellena)	-	NO	0,01	0,42	NO
X (No rellena)	-	NO	X (No rellena)	-	NO	0,23	0,03	NO



X (No re-llenar)	-	NO	X (No re-llenar)	-	NO	0,01	0,77	NO
X (No re-llenar)	-	NO	X (No re-llenar)	-	NO	0,23	0,02	NO
X (No re-llenar)	-	NO	X (No re-llenar)	-	NO	0,01	0,47	NO
X (No re-llenar)	-	NO	14,95	0,00	NO	X (No re-llenar)	-	NO
X (No re-llenar)	-	NO	0,01	0,18	NO	X (No re-llenar)	-	NO
X (No re-llenar)	-	NO	17,25	0,00	NO	X (No re-llenar)	-	NO



X (No rellena)	-	NO	0,01	0,08	NO	X (No rellena)	-	NO
X (No rellena)	-	NO	14,95	0,00	NO	X (No rellena)	-	NO
X (No rellena)	-	NO	0,01	0,18	NO	X (No rellena)	-	NO
X (No rellena)	-	NO	17,25	0,00	NO	X (No rellena)	-	NO
X (No rellena)	-	NO	0,01	0,18	NO	X (No rellena)	-	NO
X (No rellena)	-	NO	17,25	0,00	NO	X (No rellena)	-	NO
X (No rellena)	-	NO	0,01	0,18	NO	X (No rellena)	-	NO



X (No re-llenar)	-	NO	18,00	0,00	NO	X (No re-llenar)	-	NO
X (No re-llenar)	-	NO	0,01	0,18	NO	X (No re-llenar)	-	NO
X (No re-llenar)	-	NO	17,25	0,00	NO	X (No re-llenar)	-	NO
X (No re-llenar)	-	NO	0,01	0,18	NO	X (No re-llenar)	-	NO
X (No re-llenar)	-	NO	X (No re-llenar)	-	NO	0,06	0,04	NO
X (No re-llenar)	-	NO	X (No re-llenar)	-	NO	0,01	0,25	NO



**B. Comisión por tramitación de agencia para todas aquellas inserciones en formatos/soportes descritos en los dos puntos anteriores, a las que se aplica el coste neto ofertado. Se valorará con un máximo de 5 puntos.**

La comisión ofertada se expresará siempre con dos decimales. La puntuación se calculará en función de las siguientes franjas:

- Comisión del 7,01% o superior: 0 puntos.
- Comisión entre un 3,51% y un 7,00%: 3 puntos.
- Comisión del 3,50% o inferior: 5 puntos.

Por tanto, aquellas ofertas que sitúen este parámetro en un 3,49% o inferior, no obtendrán mayor ponderación del máximo en este punto, además de estar a lo dispuesto al final del apartado 8 del Anexo I (parámetros para considerar una oferta anormalmente baja) del presente pliego.

<b>B Comisión por tramitación de agencia para todas aquellas inserciones en formatos / soportes descritos en los dos puntos anteriores, a las que se aplica el coste neto ofertado</b>	<b>Comisión Tramitación Agencia (%)</b>	<b>Puntuación (Máximo 5 puntos)</b>	<b>¿Anormalmente baja?</b>
<b>NF</b>	3,50 %	<b>5,0</b>	<b>NO</b>
<b>FAMILY DIFFERENT</b>	3,50 %	<b>5,0</b>	<b>NO</b>
<b>ZOSMAMEDIA</b>	3,50 %	<b>5,0</b>	<b>NO</b>

A continuación, y de conformidad con lo establecido en el PCAP, se analizan los **Parámetros objetivos para considerar una oferta anormalmente baja en el Lote 3:**

“(…) LOTE 3:

Una oferta se considerará anormalmente baja cuando se den cualquiera de los siguientes puntos:

1. Para considerarse una oferta anormalmente baja, se calcularán para cada soporte-ámbito-target dentro del apartado A del criterio de adjudicación “1. Proposición Económica”, qué proposiciones (CPC, CPM o CPV) se encuentran por debajo de un 30% de la media agregada de las proposiciones valoradas para ese mismo soporte-ámbito-target (=media aritmética de los CPC, CPM y CPV, según aplique, ofertados por todas las proposiciones valoradas en ese soporte-ámbito-target).

Una vez realizado el cálculo anterior, una oferta será considerada anormalmente baja, si el número de soportes-ámbito-target en los que las ofertas se encuentran por debajo del 30% de la media agregada para cada soporte-ámbito-target, es superior al 30% del número total de soportes-ámbito-target del apartado A de la proposición económica.

2. Asimismo, se considerarán ofertas anormalmente bajas aquellas que ofrezcan una bajada superior al 50,00% respecto a la comisión por tramitación de agencia establecido en un 7,00%; esto es, aquellas ofertas por debajo del 3,5% en los criterios de adjudicación 1.B. (...)”

Como se puede observar en las tablas anteriores, las ofertas correspondientes a los licitadores NF, AGENCIA DE MEDIOS INDEPENDIENTES, S.L.U., y FAMILY DIFFERENT, S.L., han incurrido en baja en lo que respecta al Criterio 1.A.

En cumplimiento de la cláusula 10.5 del PCAP, la Mesa de Contratación ha dado audiencia a dichos licitadores para que justifique la viabilidad de su oferta sobre aquellas condiciones de la oferta que



sean susceptibles de determinar el bajo nivel del precio o costes de la misma y, en particular, en lo que se refiere a los siguientes valores:

- a) El ahorro que permita el procedimiento de fabricación, los servicios prestados o el método de construcción.
- b) Las soluciones técnicas adoptadas y las condiciones excepcionalmente favorables de que disponga para suministrar los productos, prestar los servicios o ejecutar las obras.
- c) La innovación y originalidad de las soluciones propuestas, para suministrar los productos, prestar los servicios o ejecutar las obras.
- d) El respeto de obligaciones que resulten aplicables en materia medioambiental, social o laboral, y de subcontratación, no siendo justificables precios por debajo de mercado o que incumplan lo establecido en el artículo 201.
- e) O la posible obtención de una ayuda de Estado.

Y todo ello, mediante la remisión de la correspondiente documentación, una vez concedido el oportuno plazo de subsanación.

Recibida dicha documentación, la Presidencia de la mesa de contratación solicita, en atención a lo dispuesto en el artículo 149 de la LCSP, asesoramiento técnico para evaluar la información y documentación proporcionada por dicho licitador.

#### **NF AGENCIA DE MEDIOS INDEPENDIENTE, S.L.**

*La empresa licitadora NF AGENCIA DE MEDIOS presenta su justificación señalando que:*

*a) Ahorro que permite los servicios prestados*

*✓ Tenemos implementado un plan de fomento de teletrabajo basado en el protocolo incluido en la “Guía de recomendaciones y buenas prácticas para el impulso del teletrabajo” desarrollado por la Consejería de Economía, Innovación y Ciencia de la Junta de Andalucía.*

*✓ El gran volumen de negocio de nuestra empresa nos otorga la fortaleza y la capacidad para conseguir mejores acuerdos de negociación con los diferentes medios de comunicación y soportes nacionales, regionales y locales.*

*b) Soluciones técnicas adoptadas y condiciones excepcionalmente favorables*

*✓ Actualmente, disponemos de un procedimiento de trabajo adaptado a nuevas tecnologías y un equipo de dilatada experiencia dentro de la planificación y ejecución de planes de medios a diferente escala geográfica, incluida la local e hiper local. (...) Además, la comisión por tramitación de agencia para esta licitación, consistente en un 3,50% lineal sobre la inversión realizada, permite cubrir nuestro beneficio industrial y los gastos directos derivados de la propia ejecución del expediente.*

*✓ Asimismo, disponemos de personal cualificado, fuentes y herramientas específicas del sector empleadas en todos nuestros proyectos, lo que, unido al elevado volumen de negocio de la agencia,*

*c) Innovación y originalidad de las soluciones propuestas*

*✓ Poseemos una dilatada experiencia de trabajo en la ejecución de proyectos similares para diferentes administraciones públicas de la región de Andalucía, realizados durante los tres últimos años (...).*

FIRMADO POR	FRANCISCO MANUEL PADRON GARCIA TALAVERA	10/06/2024	PÁGINA 30/34
VERIFICACIÓN	Pk2jmHTNDSA4W54TV2BDF32MZKMAH	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	



d) Respeto de obligaciones aplicables en materia medioambiental, social, laboral o de subcontratación  
✓ La empresa a la que represento dispone de un plan de gestión medioambiental para minimizar el impacto contaminante

✓ De igual modo, DECLARO RESPONSABLEMENTE que la empresa a la que represento cumple y mejora las condiciones laborales establecidas en convenio, ofreciendo a nuestro personal facilidades respecto a la conciliación corresponsable entre la vida personal y laboral en base a las siguientes acciones:

Adicionalmente a lo anterior, garantizamos la solvencia técnica y financiera para la ejecución del plan de medios presentado para esta licitación gracias a nuestra inclusión en el ROLECE como empresa clasificada en el máximo rango para la ejecución de este tipo de trabajos, T 01 "Servicios de Publicidad", categoría 5.

#### **FAMILY DIFFERENT, S.L.**

- Que la compra de espacios publicitarios en redes sociales se realiza mediante la opción de subasta. Esto conlleva que los precios se establezcan mediante algoritmos, siendo precios dinámicos y no precios fijos de compra.

Tal y como se explica en las páginas webs de plataformas como META, Twitter o Google, cada vez que exista la oportunidad de mostrar un anuncio a un miembro de la audiencia potencial de la campaña, este entrará en subasta para determinar quién debe verlo. El objetivo de la subasta es muy simple: obtener la mayor cantidad de resultados posibles con el objetivo preestablecido en la campaña y ofrecer a los usuarios una experiencia pertinente y positiva.

Esto conlleva que se llevan a cabo miles de millones de subastas diarias para cada campaña activa. Por tanto, y teniendo en cuenta los precios ofertados en esta licitación, se ofrecen precios posibles de mercado para campañas que cumplan con el requisito de plataforma y segmentación detallados, pero no se tienen en cuenta otros factores importantes para establecer estos precios como fechas de campañas, ubicaciones, contenidos de los anuncios, tipo de creatividad, si lleva CTA incorporado o no, y un largo etcétera que hace que el precio que ofrecemos sea un estimado a conseguir, aunque no se puede asegurar que todo clic, impresión o visionado de video se pueda a comprar a un precio cerrado, sería imposible y además compatible con el sistema de compra digital actualmente existente, y lo más importante, contraproducente para la correcta eficacia y eficiencia de las campañas digitales.

Igualmente señalan como justificación de la anomalía de su oferta:

A) El Volumen de facturación de FAMILYDIFERENT, S.L., así como el bagaje en creación, gestión y optimización de campañas en medios sociales que los trabajos anteriormente efectuados (...).

B) Por otro lado, mencionar que FAMILYDIFERENT, S.L., cuenta con unos equipos técnicos y humanos con condiciones excepcionalmente favorables para la correcta ejecución del contrato, dada la calidad tanto del equipo humano como de herramientas técnicas exclusivas tanto propias como externas, que nos permiten optimizar el coste de producción y, en definitiva, la reducción de costes.

C) Que el expertise de FAMILYDIFERENT, S.L. en contratos de similar naturaleza, tanto para administraciones públicas como para clientes privados, nos permite optimizar el beneficio industrial y comisión por tramitación cubriendo así los gastos de ejecución del citado expediente.

D) Que desde FAMILYDIFERENT, S.L. se tienen en cuenta todas las obligaciones que resulten aplicables en materia medioambiental, social o laboral para la correcta ejecución de cualquier contrato en materia de licitación pública.

(...), cabe recordar el principio de riesgo y ventura del contratista, recogido en la ley de Contratos del Sector Público (...)

Desde FAMILYDIFERENT, S.L. se indica que la oferta presentada se encuentra en el rango económico de otras ofertas presentadas y ejecutadas para otros concursos públicos de la Junta de Andalucía de similar naturaleza, tanto por otras empresas licitadoras como por la propia FAMILY DIFERENT, S.L. (...)

A juicio de este informe, las justificaciones de las ofertas de ambos licitadores pueden considerarse pertinentes debido a:

- Las soluciones técnicas adoptadas para suministrar el servicio a los precios ofertados.

FIRMADO POR	FRANCISCO MANUEL PADRON GARCIA TALAVERA	10/06/2024	PÁGINA 31/34
VERIFICACIÓN	Pk2jmHTNDSA4W54TV2BDF32MZKTMAH	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	



- La innovación en las herramientas que permiten la ejecución en esos términos.
- Las capacidades del personal humano responsable del contrato para ello.
- El principio de riesgo y ventura que debe ponderarse en nuestro contrato, habida cuenta que los licitadores son conscientes de los criterios y fórmulas de trabajo que el Pliego de Prescripciones Técnicas indica.

Continúa la valoración de las ofertas en lo relacionado con:

**2.- Otros Criterios evaluables mediante fórmula distintos a los de la proposición económica (hasta 10 puntos)**

Siendo el objeto del contrato la planificación estratégica y compra de espacios publicitarios, así como la ejecución y seguimiento de acciones de comunicación institucional en medios de comunicación, se establecen una serie de criterios evaluables mediante fórmulas que, siendo distintos de la proposición económica, tienden a proponer una ejecución del contrato más eficaz, eficiente y adecuada al panorama actual de la comunicación y la planificación de medios.

Estos criterios se valorarán con 10 puntos, desglosado de la siguiente manera:

A. Se valorará con un máximo de 2 puntos el tiempo máximo de respuesta para presentar planes de medios tras recibir el briefing en Días Laborables (Horas).

Distribuidos de la siguiente manera:

- 24 horas máximo (Día laborable siguiente). 2 puntos.
- 48 horas máximo (Dos días Laborables). 1,5 puntos.
- 72 horas máximo (Tres días Laborables) 0, 5 puntos.
- Más tiempo. 0 puntos.

B. Se valorará con un máximo de 2 puntos el tiempo máximo de respuesta para activar planes de medios tras ser aprobadas en Días Laborables (Horas). Distribuidos de la siguiente manera:

- El mismo día. 2 puntos.
- 24 horas máximo (Día laborable siguiente). 1 punto.
- 48 horas máximo (Dos días Laborables). 0 puntos.

C. Se valorará con un máximo de 3 puntos la disponibilidad del equipo. Distribuidos de la siguiente manera:

- Permanente (incluso festivos). 3 puntos.
- Laborables (24 horas). 2 puntos.
- Laborables, de 08:00 a 19:00. 1 punto
- Laborables, de 08:00 a 15:00. 0 puntos.

D) Se valorará con 3 puntos el compromiso de creación de un CUADRO DE MANDOS para la entidad proponente del pliego, donde mediante tablas dinámicas y cuadros resumen pueda ofrecerse en tiempo real datos de inversión publicitaria por campañas, medios o soportes.

2.- Otros criterios evaluables mediante fórmulas		NF		FAMILY DIFFERENT		ZOSMAMEDIA	
Puntuación máxima 10 puntos	Puntuación máxima	Compromiso	Puntuación	Compromiso	Puntuación	Compromiso	Puntuación
A) Tiempo para presentar planes: 24 horas máximo. 2 puntos. (24) 48 horas máximo. 1,5 puntos. (48) 72 horas máximo 0, 5 puntos. (72) Más tiempo. 0 puntos (Especificar)	2,0	24	2,0	24	2,00	24	2,00
B) Tiempo para activar planes El mismo día. (especificar un valor entre 0 y 23 horas) 2 puntos. 24 horas máximo. 1 puntos. 48 horas máximo. 0 puntos.	2,0	23	2,0	23	2,00	23	2,00
C) Disponibilidad del equipo - Permanente (incluso festivos). (PE) 3 puntos. - Laborables (24 horas). (L24) 2 puntos. - Laborables, de 08:00 a 19:00. (L87) 1 punto - Laborables, de 08:00 a 15:00. (L83) 0 puntos	3,0	PE	3,0	PE	3,00	PE	3,00
D) Creación de un Cuadro de Mandos (Sí o No) 3 puntos	3,0	SÍ	3,0	SÍ	3,00	SÍ	3,00
<b>Total</b>	<b>10,0</b>		<b>10,0</b>		<b>10,0</b>		<b>10,0</b>





A Continuación, se valoran las mejoras, de conformidad con lo señalado en el PCAP, y cuyo detalle se transcribe a continuación:

**3.- Mejoras (hasta 2 puntos)**

Otras prestaciones concretas que se ofrezcan como mejora de los servicios objeto del contrato. Este factor se valorará con 2 puntos.

La puntuación en este apartado será la que corresponda a la siguiente mejora a valorar:

Reducción del plazo máximo indicado (40 días naturales) para el envío del documento de cierre de campaña, con comprobantes de ejecución y evaluación, con un máximo de 2 puntos.

- Reducción de 5 días naturales del plazo máximo: 0,5 puntos

- Reducción de 10 días naturales del plazo máximo.: 1,5 puntos

- Reducción de 15 días naturales del plazo máximo: 2 puntos

3. Mejoras			NF		FAMILY DIFFERENT		ZOSMAMEDIA	
A) Reducción del plazo máximo indicado (40 días naturales)	Días	Puntuación	Días	Puntuación	Días	Puntuación	Días	Puntuación
Sin reducción (0 días de reducción)	0	0						
Reducción de 5 días naturales	5	0,5	15	2,0	15	2,0	15	2,0
Reducción de 10 días naturales	10	1,5						
Reducción de 15 días naturales	15	2						
<b>Total</b>		<b>2,0</b>		<b>2,0</b>		<b>2,0</b>		<b>2,0</b>

Y por último se incluye la valoración relativa al Equipo de Trabajo Adicional:

**4.- Equipo de trabajo adicional (hasta 6 puntos)**

Perfiles adicionales al equipo mínimo exigido en la solvencia técnica o profesional. Este equipo de trabajo adicional deberá cumplir, al menos, con la experiencia mínima exigida en la solvencia técnica. Hasta un máximo de 6 puntos:

a) Planificador/Estratega adicional al equipo mínimo. Puntuación máxima: 3 puntos

b) Gestor/Optimizador de campañas adicional al equipo mínimo. Puntuación máxima: 3 puntos

El cálculo de la puntuación del equipo de trabajo adicional se valorará de la siguiente forma:

- Uno o más Planificadores/Estrategas adicionales al equipo mínimo: 3 puntos.

- Uno o más Gestores/Optimizadores de campañas adicionales al equipo mínimo: 3 puntos.

4. Equipo de trabajo adicional			NF		FAMILY DIFFERENT		ZOSMAMEDIA	
N.º personas	Puntuación Máxima	N.º personas	Puntuación	N.º personas	Puntuación	N.º personas	Puntuación	
Planificador/Estratega adicional; nivel 1 y 4 años	1 o más	3	1	3	1	3	1	3
Gestor/Optimizador de campañas adicional; nivel 1 y 4 años	1 o más	3	1	3	1	3	1	3
<b>Total</b>		<b>6</b>		<b>6</b>		<b>6</b>		<b>6</b>

Por todo lo cual, y finalmente, al sumar las puntuaciones parciales de todos los criterios de baremación establecidos en el apartado 8 del Anexo I del PCAP, los resultados son los siguientes:



<b>Resumen</b>	Puntuación máxima	<b>FAMILY DIFFERENT</b>	<b>NF</b>	<b>ZOSMAMEDIA</b>
1. Proposición económica Lote 3	77,00	<b>77</b>	69,44	33,33
1.B) Comisiones	5	<b>5</b>	5,00	5,00
2.- Otros criterios evaluables mediante fórmulas	10	<b>10</b>	10,00	10,00
3. Mejoras	2	<b>2</b>	2,00	2,00
4. Equipo de trabajo adicional	6	<b>6</b>	6,00	6,00
<b>Total</b>	<b>100,00</b>	<b>100</b> <b>Mejor oferta</b>	<b>92,44</b>	<b>56,33</b>

En Sevilla, en el día de la fecha de la firma digital,

### **El Vocal de la Mesa de Contratación**

FIRMADO POR	FRANCISCO MANUEL PADRON GARCIA TALAVERA	10/06/2024	PÁGINA 34/34
VERIFICACIÓN	Pk2jmHTNDSA4W54TV2BDF32MZKTMHAH	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	