

**MEMORIA COMPLEMENTARIA A LA MEMORIA JUSTIFICATIVA DE LA NECESIDAD DE TRAMITAR UN CONTRATO DE SERVICIOS PARA LA EJECUCIÓN DE CAMPAÑA PUBLICITARIA DEL PROGRAMA DE RED DE CENTROS DE CAPACITACIÓN DIGITAL, EN EL MARCO DE LA COMPONENTE 19 PLAN NACIONAL DE COMPETENCIAS DIGITALES DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA, FINANCIADO CON FONDOS DE LA UNIÓN EUROPEA NEXT GENERATION-EU”.**

En relación con el informe de fecha 12 de abril de 2024, emitido por la Asesoría Jurídica de esta Consejería en relación con el contrato CONTR 2024/267768 de "Ejecución de campaña publicitaria del Programa de red de centros de capacitación digital, en el marco de la componente 19 Plan Nacional de Competencias Digitales del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, financiado con Fondos de la Unión Europea Next Generation-EU" se incorporan modificaciones a la memoria justificativa obteniendo así la siguiente memoria complementaria:

## 1. JUSTIFICACIÓN.

Mediante Acuerdo de 27 de abril de 2021, el Consejo de Ministros aprobó el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia que incorpora una importante agenda de inversiones y reformas estructurales que, posteriormente, ha sido aprobado por la Comisión Europea y por el Consejo de Europa. Conforme a dicho Plan, la séptima palanca hace referencia a «Educación y conocimiento, formación continua y desarrollo de capacidades» e incorpora el componente 19 que desarrolla el Plan Nacional de Competencias Digitales - “Digital Skills (en adelante PNCD) Inversión 1 (C19.I01) Proyecto P01: «Red de Centros Nacionales de Capacitación Digital».

Esta componente viene justificada por la rápida transformación digital de la economía y la sociedad que ha convertido a las competencias digitales en herramientas básicas para poder aprovechar las oportunidades que ofrecen desde el punto de vista económico, social y ambiental: nuevas y accesibles formas de comunicación y de prestación de servicios, nuevos perfiles profesionales y de negocio para las empresas, nuevas posibilidades de acceso a la información, a los servicios públicos y a la actividad económica en todo el territorio nacional, etc. Así, las competencias digitales se erigen como un elemento fundamental para conseguir que la sociedad y las empresas españolas afronten los retos y aprovechen las oportunidades que ofrece la economía digital.

El PNCD tiene como objetivo establecer los medios para que toda la población española tenga las capacidades digitales que les permitan interactuar como usuarios autónomos con entidades financieras, administraciones y otros organismos y entidades, así como abrir oportunidades para complementar en los sistemas educativo y formativo dichas capacidades como instrumento ordinario de trabajo. Este Plan se dirige al conjunto de la población, desde la digitalización de la escuela hasta la universidad, pasando por la recualificación (upskilling y reskilling) en el trabajo, con especial atención al cierre de la brecha de género y al impulso de la formación en las zonas en declive demográfico.

Por ello, una de las actuaciones que se ponen en marcha en el marco de este Plan es el Programa de cooperación territorial del Ministerio de Educación y Formación Profesional “Red de centros de capacitación digital”, mediante el cual las Comunidades Autónomas adquieren el compromiso, para el ejercicio presupuestario de 2022, de la creación de 1050 centros que, por su cercanía y facilidad de acceso, permitan acercar la oferta formativa en competencias digitales a toda la ciudadanía y es especial a los sectores de población más vulnerables.

Mediante el Acuerdo de 2 de diciembre de 2022 de la Conferencia Sectorial de Educación, publicado en la Resolución de 5 de diciembre de 2022, de la Secretaría General de Formación Profesional del Ministerio de Educación y Formación Profesional, se aprueba la propuesta de distribución territorial y los criterios de reparto de los créditos gestionados por las Comunidades Autónomas, en el ejercicio presupuestario 2022, destinados a la creación de una Red de Centros de Capacitación Digital por un importe de 29.505.000,00 euros y en el marco del componente 19 «Plan Nacional de Competencias Digitales» del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR).

En este contexto, en virtud de la Resolución de la Secretaría General de Formación Profesional del citado Ministerio, de 27 de diciembre de 2022, se concede a la Comunidad Autónoma de Andalucía la cantidad de 6.350.600,00 euros, de la aplicación presupuestaria 18.5005.32sa.450.50, de los presupuestos generales del estado para 2022, destinados a la financiación de la creación de una Red de Centros de Capacitación Digital, en el marco de la Red Nacional de Centros de Capacitación Digital, y en el marco del componente 19 «Plan Nacional de Competencias Digitales» del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

En este documento se explicitan los objetivos que Andalucía adquiere así como las actividades susceptibles de financiación, que se concretan en:

- La creación de 226 aulas digitales en centros docentes de titularidad pública.
- La realización de campañas de sensibilización y planes de comunicación para el fomento del humanismo tecnológico y de la cultura digital.
- La formación de 11.568 personas para la adquisición de la competencia digital básica y transversal.

En base a lo anterior, mediante Resolución de 23 de junio de 2023, de la Dirección General de Formación Profesional y de la Dirección General de Ordenación, Inclusión, Participación y Evaluación Educativa de la Consejería de Desarrollo Educativo y Formación Profesional, se designó a los centros de la Comunidad Autónoma de Andalucía que forman parte de la Red Nacional de Centros de Capacitación Digital. Se trata de 226 Centros/ Secciones de Educación Permanente dependientes de la Consejería de Desarrollo Educativo y Formación Profesional en los que se ubican aulas de Capacitación Digital en las que se impartirá formación para la adquisición de la competencias digitales.

El plazo de ejecución de estas actividades finalizó el 31 de diciembre de 2023, habiéndose equipado digitalmente las 226 aulas de los centros integrantes de la Red de Capacitación, designados mediante la citada resolución. Además se impartieron 551 acciones formativas, alcanzándose un total de 7.809 personas formadas en la competencia digital básica.

En relación con las campañas de sensibilización y planes de comunicación, para dar cumplimiento a los objetivos, y acorde a los gastos subvencionables del programa, se planificaron diferentes actuaciones a partir de la fórmula de la contratación externa, pudiendo realizarse dentro del periodo de ejecución del programa únicamente el diseño y creación de materiales informativos y persuasivos de diferente formato relacionados con el programa de Capacitación Digital (CONTR 2023 527122), quedando pendiente la impresión y distribución de dicho material así como la emisión de cuña publicitarias en emisoras radiofónicas.

Para el ejercicio presupuestario 2023, la Resolución de de 26 de julio de 2023 de la Secretaría General de Formación Profesional del Ministerio de Educación y Formación Profesional, concede a la Comunidad Autónoma de Andalucía la cantidad de 6.490.009,23 euros, de la aplicación presupuestaria 18.5005.32SA.450.50, de los presupuestos generales del estado para 2023, por lo que la Comunidad Autónoma de ANDALUCÍA adquiere

el compromiso de mantener los 226 centros creados en el ejercicio 2022 y capacitar a 11.822 personas con los recursos monetarios asignados, si bien prevé la posibilidad de creación adicional de hasta un 30% de nuevos centros, a criterio de la Comunidad Autónoma, o la necesaria creación de centros nuevos por sustitución de centros creados en 2022, siempre y cuando no requiera financiación adicional por parte del Ministerio. Asimismo, se deberán realizar campañas de sensibilización y planes de comunicación, de conformidad con el mecanismo de verificación asociado al hito CID nº 287.

Todas estas actividades se debían ejecutar antes del 1 de enero de 2025. Como norma general, los gastos en los que se haya incurrido en la ejecución de estas actuaciones se habrán pagado también durante dicho periodo y, en cualquier caso, antes de la finalización del periodo de justificación.

Tal y como se establece en el ANEXO I, detalle de las actividades susceptibles de financiación, uno de los gastos elegibles es aquel destinado a sufragar las campañas de sensibilización y planes de comunicación para dar a conocer todo lo relacionado con la actuación, que, como se ha explicado anteriormente se inserta en la componente N.º 19 del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, con título “Plan Nacional de Competencias Digitales” y se incluye dentro de la medida C19.I01 Competencias digitales transversales, Proyecto 01 “Red de Centros Nacionales de Capacitación Digital”, dentro del grupo “Acciones específicas de inclusión digital”.

Los hitos y objetivos a cumplir por las Comunidades Autónomas para estas medidas son coherentes con los marcados en el citado Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia. Así, el proyecto 1, de la inversión 1, del componente 19 tiene como objetivo, con presupuesto de los ejercicios económicos 2022 y 2023, la formación a los ciudadanos en competencias digitales, la creación de una red nacional de competencias digitales “Centros de Capacitación Digital” y la implementación de campañas de sensibilización y planes de comunicación. Los hitos a alcanzar se corresponden con el CID nº 286, formación a los ciudadanos en competencias digitales, con ejecución prevista en el cuarto trimestre de 2023 de al menos un 75% del presupuesto comprometido y con el CID nº 287, creación de una red nacional de competencias digitales (incluida la reforma de 1.500 centros de FP) e implementación de campañas de sensibilización y planes de comunicación, con ejecución prevista en el cuarto trimestre de 2024.

Así, finalizado el primer año de ejecución del Programa de Cooperación Territorial Red de Centros de Capacitación Digital, con cargo al ejercicio presupuestario 2022, no ha podido cumplirse la previsión de realización de acciones formativas a fecha de 31 de diciembre de 2023, debido en gran parte a la falta de participantes. Así queda reflejado en el 4º Informe de seguimiento del citado Programa de Cooperación Territorial, siendo el grado de cumplimiento del compromiso asumido por la Comunidad de personas a formar del 58%. Esto unido a lo que ya se ha expuesto acerca de que el Hito Crítico asociado al subproyecto C19.I01.P01 es el CID 287, “Creación de una Red Nacional de Competencias Digitales y la realización de campañas de sensibilización y planes de comunicación”, justifican la necesidad de la realización de las mencionadas campañas y planes al convertirse en un indicador cualitativo del mencionado hito.

En la misma línea, todas las actuaciones vinculadas al Mecanismo de Recuperación y Resiliencia (fondos MRR) han de tener en cuenta aspectos adicionales de carácter transversal como son, la dimensión de género, el equilibrio y cohesión territorial, el respeto del principio de no causar perjuicio significativo al medio ambiente (DNSH, por sus siglas en inglés), el reintegro de fondos en caso de incumplimiento o la compatibilidad con otros fondos siempre que no exista doble financiación y el impacto sobre la creación y mantenimiento del empleo, con especial atención a las PYMES.

Además, se debe resaltar que en el ejercicio presupuestario de 2022 no pudo llevarse a cabo la campaña de sensibilización mediante la ejecución de las actividades objeto de este contrato. En la actualidad, no se ha iniciado ni se tiene conocimiento de que vaya a iniciarse a corto plazo un contrato general de la Consejería de Desarrollo Educativo y Formación Profesional, por lo que se llevarán a cabo las siguientes actuaciones de difusión del programa:

a) Impresión de material informativo en distintos soportes y distribución a los centros y secciones de Educación Permanente incluidos en la Red de Centros de Capacitación Digital, designados en la citada Resolución de 23 de junio de 2023, así como a las Delegaciones Territoriales competentes en materia de Educación.

b) Emisión a nivel regional de cuña publicitaria de 30” sobre el fomento de la inclusión digital y de las actuaciones del programa de “Red de Centros de Capacitación Digital”. Para ello, los espacios radiofónicos en emisoras regionales deben ser los de mayor audiencia y acorde al público objetivo del Programa.

Esta actuación tiene como fin informar y concienciar a la población, con especial énfasis en la más vulnerable, sobre la necesidad de adquirir competencias digitales básicas para poder responder a las nuevas demandas del contexto económico, social y medioambiental. Por otro lado, se pretende fomentar la captación del alumnado destinatario de las acciones formativas que se insertan en el mismo para cumplir con los objetivos establecidos.

El diseño de las distintas piezas publicitarias será suministrado a la empresa o empresas adjudicatarias por el órgano contratante, que se corresponde con la Dirección General de Formación Profesional a través del Instituto Andaluz de Cualificaciones Profesionales (en adelante IACP).

Para la financiación de este servicio se dispone de crédito dentro en la partida presupuestaria 1100180330/G/42D/226.02/00 MR07190101, fondos NEXT GENERATION- EU, en el Marco del “Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia”.

## 2. OBJETO DEL CONTRATO.

El objeto del contrato es la prestación de un servicio externo para ejecutar la campaña de sensibilización del programa de cooperación territorial “Red de centros de capacitación digital” en Andalucía dirigida a la población adulta con falta de competencias digitales a través de la difusión de materiales informativos impresos y emisión de cuñas de radio para el fomento de la cultura digital, a fin de dar cumplimiento a la decisión 287 del Consejo.

Se requiere, por tanto, contar con los servicios de empresas especializadas en la realización de campañas de sensibilización que lleven a cabo las siguientes actividades:

- Maquetación, impresión/serigrafía del eslogan “Andalucía te conecta” en distintos materiales accesibles al público diana del programa como son dípticos, carteles, libretas, carpetas portadocumentos, bolígrafos, alfombrillas para ratón, memorias USB, entre otros.
- Distribución del material arriba referenciado entre los centros docentes pertenecientes a la red de centros de capacitación digital de Andalucía.
- Emisión a nivel regional de cuñas publicitarias para el fomento de la inclusión digital a través de la participa-

ción en acciones formativas para la adquisición de la competencia digital.”

A través de esta campaña de sensibilización y concienciación se persigue fomentar el humanismo tecnológico y la inclusión digital de la población adulta, especialmente en aquellas personas que no manejan las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, a través de la contratación de servicios de compra de espacios en medios de comunicación y demás soportes publicitarios impresos para la difusión de las acciones formativas orientadas a la adquisición de competencia digital básica y transversal.

1º) **LOTE 1:** Impresión y distribución de materiales informativos y persuasivos de distinto formato orientados a la sensibilización de las actuaciones del programa de “Red de Centros de Capacitación Digital”, cuyo objetivo último es concienciar a la ciudadanía sobre la necesidad de adquirir competencias digitales básicas y fomentar la captación del alumnado destinatario de las acciones formativas que se insertan en el mismo.

- De esta forma, se van a llevar a cabo la impresión/serigrafía y distribución de los siguientes conceptos: carteles, dípticos, placas, bolígrafos, cuadernos, carpetas portadocumentos, memorias USB y alfombrillas para ratón.
- Estos materiales se distribuirán a las 8 Delegaciones Territoriales competentes en materia de Educación y a los 226 centros y secciones de Educación Permanente dependientes de la Consejería de Desarrollo Educativo y Formación Profesional designados mediante la citada Resolución de 23 de junio de 2023.

Se ha de considerar que en esta prestación, dado que el fin último del contrato es ejecutar una campaña de sensibilización y fomento de la cultura digital, es importante para esta Administración que la empresa que resulte adjudicataria esté especializada en servicios de impresión y distribución para que el material se suministre con la calidad adecuada y en los tiempos que vienen marcados para el cumplimiento de los hitos del componente 19 del PRTR, así como en la distribución, tal y como determina la selección del CPV Lote 1. 79824000-6 - Servicios de impresión y distribución.

2º) **LOTE 2.** Emisión a nivel regional de cuña publicitaria sobre el fomento de la inclusión digital y de las actuaciones del programa de “Red de Centros de Capacitación Digital”. Para ello, los espacios radiofónicos en emisoras regionales deben ser los de mayor audiencia y acorde al público objetivo, todo ello con el fin de concienciar a la ciudadanía sobre la necesidad de adquirir competencias digitales básicas y de fomentar la captación del alumnado destinatario de las acciones formativas que se insertan en el mismo.

De esta forma, se van a llevar a cabo la emisión de spot de radio de 30” en emisoras de radio a escala regional. Los aspectos concretos son los siguientes:

- Ámbito: Regional, Andalucía.
- Período: 8 semanas, repartidos en 2 tandas de dos semanas.
- Formatos: Cuña de 30” Radio Generalista y fórmula.
- Unidades: 262 inserciones.
- Planificación:

- Emisoras convencionales: 145 cuñas de 30” distribuidas en dos tandas de 2 semanas (de 35-40 cuñas por soporte indicado) a emitir de lunes a viernes, en programas de máxima audiencia según datos del acumulado móvil del EGM vigente el día de la publicación de esta licitación, en los canales especificados, alternando horario de mañana y de tarde, según lo dispuesto en el apartado correspondiente de servicios necesarios y determinación de unidades.

- Emisoras musicales: 117 cuñas de 30” distribuidas en dos tandas de 2 semanas en los soportes y unidades indicadas, a emitir de lunes a sábados, en programas de máxima audiencia según datos del acumulado móvil del EGM vigente el día de la publicación de esta licitación, alternando horario de mañana y de tarde, según lo dispuesto en el apartado correspondiente de servicios necesarios y determinación de unidades.

Se incluyen además las siguientes acciones:

- 1º) Planificación estratégica, reserva y contratación de emisoras (incursiones en programas de mayor audiencia acorde al público objetivo emitidas de lunes a viernes o a sábado, en su caso).
- 2º) Ejecución de los planes de medios y seguimiento de las acciones a través de informes de activación, de seguimiento y post-acción, en los que se analicen los resultados, así como la audiencia y cobertura alcanzada.
- 3º) Asesoramiento e información sobre la eficacia publicitaria, rentabilidad de soportes y programas y todos aquellos aspectos técnicos necesarios para el proceso de toma de decisiones.
- 4º) Adaptación y distribución de las piezas publicitarias, en aquellos casos en que se requiera.

Tratándose por tanto, de un contrato de publicidad, debe atenderse al régimen previsto en la Ley 6/2005, de 8 de abril, que regula la actividad publicitaria de las Administraciones Públicas de Andalucía, y en particular, a lo dispuesto en los apartados 3 y 4 del artículo 5, sobre criterios de contratación; así, en el artículo 5.3 se declara que “Para alcanzar la máxima eficacia, en los pliegos para los contratos publicitarios se establecerá con claridad que las empresas licitadoras deberán atenerse a criterios técnicos en lo relativo a la planificación de medios y soportes de comunicación, de acuerdo con los objetivos y grupos de población destinatarios de la acción, el carácter territorial y la difusión de cada medio, dentro de las limitaciones económicas fijadas”, indicándose en el artículo 5.4 que “En los pliegos para los contratos publicitarios a los que se refiere el apartado anterior, se tendrán en cuenta los datos o índices comparativos, precisos y fiables, sobre difusión y audiencia, frecuencia y coste por impacto útil, horarios de emisión u otros de análoga naturaleza, facilitados por las entidades sin ánimo de lucro a que se refiere el artículo 12 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad”. Por su parte, en cuanto al régimen jurídico que afecta a los contratos publicitarios, debe considerarse lo dispuesto al respecto por la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, cuya cita debería aparecer, junto con la Ley 6/2005, de 8 de abril, en la cláusula primera dedicada al régimen jurídico del contrato”.

Los servicios objeto este contrato se insertan dentro de la actuación: “Creación de una Red de Centros de Capacitación Digital”, en el marco del componente 19 “Plan nacional de Competencias Digitales”, del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

La medida C19.I01, en todo su ciclo de vida (producción, uso y final), por su diseño, tiene un impacto negativo claramente nulo o insignificante sobre los objetivos medioambientales establecidos en el artículo 9 del Reglamento 2020/852 del parlamento Europeo y del Consejo de 18 de junio de 2020, y que son los siguientes:

- Mitigación del cambio climático.



- Adaptación al cambio climático.
- Utilización y protección sostenibles de los recursos hídricos y marinos.
- Economía circular, incluidos la prevención y el reciclado de residuos.
- Prevención y control de la contaminación a la atmósfera, el agua o el suelo.
- Protección y restauración de la biodiversidad y los ecosistemas.

Tal y como establece el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, su contribución al objetivo de Transición ecológica es del 0% y al de Transición digital es del 100%, no procede etiquetado verde.

En relación con este expediente de contratación, es de aplicación lo establecido en el Plan de Medidas Anti-fraude para la gestión de los Fondos del Mecanismo de Recuperación y Resiliencia de la Comunidad Autónoma de Andalucía (PMA), aprobado por el Acuerdo de Consejo de Gobierno del 27 de abril de 2022, con la finalidad de dar cumplimiento a las obligaciones impuestas en el artículo 22 del Reglamento (UE) 2021/241 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de febrero de 2021, por el que se establece el Mecanismo de Recuperación y Resiliencia, con el que se pretende proteger los intereses financieros de la Unión Europea frente a las irregularidades y el fraude, así como garantizar que los fondos se utilizan de conformidad con las normas aplicables en general y en particular en lo que se refiere a la prevención, detección y corrección del fraude, la corrupción y los conflictos de intereses. De igual forma, es de aplicación las Adaptaciones específicas del PMA, a propuesta de la Unidad Antifraude de la Consejería de Desarrollo Educativo y Formación Profesional, aprobado en fecha de 2 de octubre de 2023.

La instrucción séptima de la Instrucción 2/2023 de la Dirección General de Contratación de la Consejería de Economía, Hacienda y Fondos Europeos en relación con los contratos públicos financiados con fondos procedentes del Mecanismo de Recuperación y Resiliencia en ejecución del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, establece la mención obligatoria a la aplicación de esta adaptación.

Se verificará durante el procedimiento de contratación el cumplimiento de la ausencia de doble financiación, tal y como se establece para la ejecución de actuaciones del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

Así mismo, es de aplicación lo establecido en la Orden HFP/1030/2021, de 29 de septiembre, por la que se configura el sistema de gestión del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia; en la Orden HFP/1031/2021, de 29 de septiembre, por la que se establece el procedimiento y formato de la información a proporcionar por las Entidades del Sector Público Estatal, Autonómico y Local para el seguimiento del cumplimiento de hitos y objetivos y de ejecución presupuestaria y contable de las medidas de los componentes del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia; y en la Orden HFP/55/2023, de 24 de enero, relativa al análisis sistemático del riesgo de conflicto de interés en los procedimientos que ejecutan el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

### 3. DIVISIÓN POR LOTES

Se decide la división por lotes en aplicación de lo recogido en el artículo 99.3. 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, al considerar que la realización independiente de los servicios permite la selección de las empresas más adecuadas según la actividad, permitiéndose la correcta ejecución del contrato desde el punto de vista técnico.

La totalidad de los servicios a contratar se divide en dos lotes que a continuación se describen. Las entidades licitadoras podrán ser adjudicatarias de más de un lote, si se cumple con lo establecido en el apartado de Solvencia Técnica y económica.

**LOTE 1:** Impresión y distribución de carteles, dípticos, placas, bolígrafos, cuadernos, carpetas portadocumentos, memorias USB y alfombrillas para ratón, todo ello relacionado con la divulgación de las actuaciones y de la medida C19.I1. Este material se distribuirá a los Centros y Secciones de Educación Permanente dependientes de la Consejería de Desarrollo Educativo y Formación Profesional incluidos en la Red de Centros de Capacitación Digital de la Comunidad Autónoma de Andalucía, así como a las Delegaciones Territoriales competentes en materia de Educación.

**LOTE 2:** Emisión de 262 spots de radio de 30” en emisoras de radio convencionales y musicales a escala regional distribuidos en dos tandas de dos semanas en programas de máxima audiencia y alternando horario de mañana y de tarde, acorde a lo dispuesto en el apartado correspondiente de servicios necesarios y determinación de unidades.

Las empresas licitadoras podrán presentar ofertas para uno o más lotes e igualmente podrán resultar adjudicatarias de uno o más lotes.

#### 4. CÓDIGO CPV

Lote 1. 79824000-6 - Servicios de impresión y distribución

Lote 2. 79341400-0 Servicios de Campaña de publicidad.

#### 5. JUSTIFICACIÓN DE LA ELECCIÓN DEL PROCEDIMIENTO DE LICITACIÓN.

En el presente caso se ha elegido el procedimiento abierto, al tratarse de uno de los procedimientos que ordinariamente deben utilizarse para la adjudicación de los contratos administrativos, tal y como se señala en los artículos 131.2 de la Ley de Contratos del Sector Público (LCSP).

Para garantizar la salvaguardia de los principios de igualdad, transparencia y libre competencia del artículo 132 de la LCSP, se opta por un procedimiento de adjudicación abierto simplificado, en razón del cumplimiento de los dos requisitos establecidos en el artículo 159 del mencionado texto normativo, así como del artículo 52 del Real Decreto-ley 36/2020, de 30 de diciembre, por el que se aprueban medidas urgentes para la modernización de la Administración Pública y para la ejecución del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia; esto es, en primer lugar, el del valor estimado del contrato, el cual es inferior al umbral de 221.000 euros (artículo 22.1.b), modificado por el artículo único.1.c), de la Orden HFP/1352/2023, de 15 de diciembre), y en segundo lugar, la inexistencia en el pliego de criterios de adjudicación evaluables mediante juicio de valor.

La elección de este procedimiento de adjudicación viene motivada por la aportación de mayor garantía jurídica frente a la tramitación individual de cada uno de los contratos por procedimiento simplificado abreviado, cumpliéndose con lo establecido en el artículo 99.2 de la LCSP, que dictamina que no podrá fraccionarse un contrato con la finalidad de disminuir la cuantía del mismo y eludir así los requisitos de publicidad o los relativos al procedimiento de adjudicación que correspondan.

Por otro lado, al tratarse de un contrato financiado con fondos procedentes del PRTR, el artículo 50 del Real Decreto-Ley 36/2020, de 30 de diciembre, permite la tramitación urgente del expediente siempre que se observe lo prescrito en el artículo 119 de la LCSP, es decir, que exista una necesidad inaplazable o que sea preciso acelerar su adjudicación por razones de interés público. Aunque ciertamente, y como bien señala la Instrucción de 11



de marzo de 2021 de la Junta Consultiva de Contratación Pública del Estado, la regulación expuesta en el artículo 50 no supone la declaración «ex-lege» de urgencia de toda licitación financiada con cargo a los citados fondos, sino que debe justificarse la situación de urgencia en cada caso concreto. A mayor abundamiento, la Comisión Europea emite el 19 de noviembre de 2020, una nota aclaratoria que recuerda que conforme a las Directivas en materia de contratación pública, se procederá a la tramitación de urgencia cuando la situación de urgencia que la provoque convierta los plazos ordinarios en impracticables y sea justificada en el anuncio de licitación.

En este sentido, hay que recordar que respecto al C19.I01.P01, la Resolución de la Secretaría General de Formación Profesional por la que se concede a la Comunidad Autónoma de Andalucía la cantidad de 6.490.009,23 euros, de la aplicación presupuestaria 18.5005.32SA.450.50, de los Presupuestos Generales del Estado para 2023, para la financiación de la creación de una Red de Centros de Capacitación Digital, en el marco de la Red Nacional de Competencias Digitales y en el marco del Componente 19 “Plan Nacional de Competencias Digitales”, del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR), dispone que hasta el 31 de diciembre de 2024, nuestra comunidad autónoma, debe por un lado alcanzar el objetivo de mantener los 226 centros creados en el ejercicio 2022 y capacitar a 11.822 personas, así como por otro, realizar campañas de sensibilización y planes de comunicación para fomentar esta capacitación, de conformidad con el mecanismo de verificación asociado al Hito CID n.º 287 (como recoge el Anexo revisado de la DECISIÓN DE EJECUCIÓN DEL CONSEJO por la que se modifica la Decisión de Ejecución del Consejo (UE), de 13 de julio de 2021, relativa a la aprobación de la evaluación del plan de recuperación y resiliencia de España)

El cumplimiento de estos objetivos descritos se ve afectado por la propia organización del calendario escolar. Esto significa que para la correcta ejecución de ambos lotes y efectividad de la campaña éste debe iniciarse antes de los meses de julio y agosto, puesto que en este periodo no hay alumnado y de forma general tampoco se ofertarán acciones formativas. Por otro lado, con respecto al Lote 1, es necesaria la colaboración de los centros escolares de Educación Permanente y Secciones de Educación Permanente, los cuales permanecen cerrados durante el mes de agosto. Por tanto, y teniendo en cuenta esta circunstancia, así como la duración de la tramitación ordinaria del procedimiento de licitación, para que estos centros puedan recibir y distribuir el material de impresión digital publicite la la campaña de sensibilización, y para que resulten efectivas la emisión de las cuñas de radio en lo referente a la captación de personas a formar y así cumplirse los objetivos señalados para el año 2024, los plazos ordinarios de tramitación deben ajustarse para el cumplimiento de los objetivos y ser objeto de reducción a fin de que se de comienzo a su ejecución con la mayor celeridad posible.

A todo esto debemos añadir que la elección del procedimiento de adjudicación abierto simplificado se fundamenta en el hecho de que el contrato no pudo ejecutarse en el periodo anterior y actualmente no existe ningún otro contrato en el que pueda enmarcarse.

## 6. JUSTIFICACIÓN DE LA INSUFICIENCIA DE MEDIOS.

El Instituto Andaluz de Cualificaciones Profesionales, órgano adscrito a la Dirección General de Formación Profesional, carece de los medios personales y materiales necesarios para la ejecución de los trabajos a realizar, los cuáles requieren, dada la naturaleza de dichas tareas, de empresas especializadas en servicios publicitarios y de distribución, pues se exigen equipos productivos, una infraestructura y un conocimiento técnico que no se posee en este organismo.

Las actividades objeto del contrato, tanto las referentes al Lote 1 y como al Lote 2 necesarias para el éxito del programa y de obligatoria ejecución para dar cumplimiento al CID 287 del PRTR, como ha quedado expuesto en el apartado 1 de esta memoria, conllevan el empleo de recursos específicos y la ejecución de tareas que no son propias de las administrativas que se desarrollan en la Dirección General de Formación

Profesional como órgano gestor del Programa, por lo que se justifica que haya que recurrirse a medios externos para asegurar el cumplimiento de los objetivos citados, en tiempo y con la calidad adecuada”.

Así, con respecto al Lote 1, indicar que para ejecutar la campaña de sensibilización, se requiere de equipos productivos de impresión especializados, los cuales no posee el citado Instituto. En cuanto al Lote 2, para cumplir con el principio de la eficacia del gasto, es preciso que una empresa especializada elabore y ejecute el plan de medios y aporte una evaluación posterior de la campaña en radio. Por todo lo anterior, ha de recurrirse a un servicio externo y especializado para poder desarrollar las tareas objeto de este contrato y alcanzar los compromisos adquiridos por esta Administración educativa.

## 7. SERVICIOS NECESARIOS Y PRESCRIPCIONES TÉCNICAS.

Los servicios necesarios así como las unidades máximas a ejecutar se detallan según el lote y son los siguientes:

**LOTE 1.- Impresión y distribución de carteles, dípticos, placas, bolígrafos, cuadernos, carpetas portadocumentos, memorias USB y alfombrillas para ratón**, todo ello relacionado con la divulgación de las actuaciones y de la medida C19.I1. Este material se distribuirá a los Centros y Secciones de Educación Permanente dependientes de la Consejería de Desarrollo Educativo y Formación Profesional incluidos en la Red de Centros de Capacitación Digital de la Comunidad Autónoma de Andalucía, así como a las Delegaciones Territoriales competentes en materia de Educación.

La empresa adjudicataria realizará lotes de material para las Delegaciones Territoriales y para los centros y secciones integrantes de la Red, siguiendo las indicaciones del órgano contratante.

| APARTADO | DESCRIPCIÓN              | OBSERVACIONES                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|----------|--------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1        | CARTELES                 | Impresión de carteles formato 480x680 mm sobre papel estucado mate de 150 grs. impreso a color 4/0 tintas.                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| 2        | DÍPTICOS                 | Impresión de dípticos formato 150x210 mm plegados, sobre papel estucado mate de 150 grs. impreso a color 4/4 tintas.                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 3        | PLACAS                   | Serigrafía placa metacrilato transparente de uso exterior, de 10mm de espesor, formato 300x200 mm, con taladros para colocación. (No serán distribuidas a las Delegaciones Territoriales).                                                                                                                                                                                                                        |
| 4        | BOLÍGRAFOS               | Tipo bic tinta azul serigrafiados a 1 tinta.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 5        | CUADERNOS                | Impresión de cuadernos 100 hojas papel reciclado 15x10 cm. Impresión a 1 cara en estucado mate. Gramaje 80 gr/m2. Portada y contraportada en papel más grueso.                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 6        | CARPETAS PORTADOCUMENTOS | Impresión de subcarpetas de cartón preferentemente reciclado a 1 cara en estucado mate 300 gr (portadocumentos A4)                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 7        | MEMORIAS USB             | Capacidad 32 GBs serigrafiadas a 1 tinta.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 8        | ALFOMBRILLAS PARA RATÓN  | Serigrafía alfombrilla para ratón preferentemente de materiales reciclados y reciclables. 5 mm de grosor.                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 9        | DISTRIBUCIÓN             | Clasificación, empaquetado, distribución y transporte de los ejemplares que se indiquen de cada uno de los elementos descritos en los puntos 1 a 8 anteriores, hacia los 226 Centros y Secciones de Educación Permanente de la Red de Centros de Capacitación Digital, ubicados en distintas localidades de Andalucía más las 8 Delegaciones Territoriales competentes en materia de Educación de cada provincia. |

- El precio ofertado incluirá las pruebas que se presentarán previamente a la impresión para su aprobación por la persona responsable del contrato, así como sus posibles modificaciones.
- En todos los elementos a imprimir se facilitará el diseño de la pieza publicitaria, que deberá respetar lo dispuesto en el manual de identidad corporativa de la Junta de Andalucía.
- El precio del apartado 9 Distribución incluirá el del elemento de protección y empaquetado, que en todo caso deberá tener las características que aseguren la integridad y perfecto estado del contenido.
- Se exigirá albarán de entrega firmado como comprobante de ejecución de la actividad.

Las unidades máximas a ejecutar de cada apartado son las siguientes:

| DESCRIPCIÓN              | P/U MÁXIMO (€) | LOTE POR CENTRO | UNIDADES |
|--------------------------|----------------|-----------------|----------|
| CARTELES                 | 1,18           | 16              | 3.744    |
| DÍPTICOS                 | 0,10           | 250             | 58.500   |
| PLACAS (*)               | 46,00          | 1               | 228      |
| BOLÍGRAFOS               | 0,18           | 150             | 35.100   |
| CUADERNOS                | 1,81           | 100             | 23.400   |
| CARPETAS PORTADOCUMENTOS | 0,49           | 100             | 23.400   |
| MEMORIAS USB             | 5,97           | 10              | 2.340    |
| ALFOMBRILLAS PARA RATÓN  | 2,70           | 16              | 3.744    |
| DISTRIBUCIÓN             | 30,00          | 1               | 234      |

(\*) Se incrementa el número de placas en previsión a posibles incidencias (ampliación centros, sustitución centros o rotura de placa)

De acuerdo con la normativa de contratación pública ecológica y en cumplimiento del principio de no “causar perjuicio significativo al medio ambiente” (DNSH), se deberán tener en cuenta las siguientes características técnicas específicas, en la medida de lo posible:

1) En relación con el papel empleado en la impresión:

- Las fibras utilizadas en la fabricación del papel deberán contar con una certificación de gestión forestal sostenible y con una certificación de la cadena de custodia (FSC, PEFC o equivalente) que garantice la trazabilidad de las materias primas de origen forestal y sus derivados a través de las distintas fases del proceso productivo.

- En fibra virgen, no se admitirá la utilización del cloro elemental como blanqueante. Los procedimientos de blanqueo admitidos serán los denominados en la industria ECF (Elementary Chlorine Free) y TCF (Totally Chlorine Free).

- El papel reciclado estará fabricado con un mínimo de un 70 % de papel para reciclar.

2) En relación con la distribución de los materiales publicitarios:

- Preferencia de vehículos clasificados en el Registro de Vehículos de la Dirección General de Tráfico

como «Cero Emisiones» o alternatively «ECO» en aquellos casos en que no haya una alternativa «Cero emisiones» para la tipología de vehículo empleado.

**LOTE 2: Emisión de 262 spots de radio de 30'' en emisoras de radio convencionales y musicales a escala regional distribuidos en dos tandas de dos semanas en programas de máxima audiencia y alternando horario de mañana y de tarde.**

Se incluyen además las siguientes acciones:

- Planificación estratégica, reserva y contratación de emisoras (incursiones en programas de mayor audiencia acorde al público objetivo emitidas de lunes a viernes o a sábado, en su caso).
- Ejecución de los planes de medios y seguimiento de las acciones a través de informes de activación, de seguimiento y post-acción, en los que se analicen los resultados, así como la audiencia y cobertura alcanzada.
- Asesoramiento e información sobre la eficacia publicitaria, rentabilidad de soportes y programas y todos aquellos aspectos técnicos necesarios para el proceso de toma de decisiones.
- Adaptación y distribución de las piezas publicitarias, en aquellos casos en que se requiera.

El número y tipo de soportes, el ámbito, los horarios y días de la semana así como el número de inserciones máximas según el tipo de soporte, se recogen en los siguientes cuadros:

| SOPORTE                             |           |               |       |             |
|-------------------------------------|-----------|---------------|-------|-------------|
| RADIO CONVENCIONAL                  | ÁMBITO    | HORARIO       | DÍA   | INSERCIÓNES |
| <b>CADENA COPE</b>                  |           |               |       |             |
| PROGRAMA 1                          | Andalucía | 07:00 – 11:00 | L - V | 20          |
| PROGRAMA 2                          | Andalucía | 16:00 – 21:00 | L - V | 15          |
|                                     |           |               |       | <b>35</b>   |
| <b>CANAL SUR</b>                    |           |               |       |             |
| PROGRAMA 1                          | Andalucía | 07:00 – 11:00 | L - V | 20          |
| PROGRAMA 2                          | Andalucía | 16:00 – 21:00 | L - V | 20          |
|                                     |           |               |       | <b>40</b>   |
| <b>ONDA CERO</b>                    |           |               |       |             |
| PROGRAMA 1                          | Andalucía | 07:00 – 11:00 | L - V | 20          |
| PROGRAMA 2                          | Andalucía | 16:00 – 21:00 | L - V | 15          |
|                                     |           |               |       | <b>35</b>   |
| <b>CADENA SER</b>                   |           |               |       |             |
| PROGRAMA 1                          | Andalucía | 07:00 – 11:00 | L - V | 20          |
| PROGRAMA 2                          | Andalucía | 16:00 – 21:00 | L - V | 15          |
|                                     |           |               |       | <b>35</b>   |
| <b>N.º Inserciones Convencional</b> |           |               |       | <b>145</b>  |

| Radio Fórmula                  | Ámbito    | Horario       | Día | Nº Ins     |
|--------------------------------|-----------|---------------|-----|------------|
| <b>CANAL FIESTA</b>            |           |               |     |            |
| PROGRAMA 1                     | Andalucía | 07:00 – 14:00 | L-S | 15         |
| PROGRAMA 2                     | Andalucía | 14:00- 21:00  | L-S | 24         |
|                                |           |               |     | <b>39</b>  |
| <b>CADENA DIAL</b>             |           |               |     |            |
| PROGRAMA 1                     | Andalucía | 07:00 – 14:00 | L-S | 15         |
| PROGRAMA 2                     | Andalucía | 14:00 – 21:00 | L-S | 24         |
|                                |           |               |     | <b>39</b>  |
| <b>RADIOLÉ</b>                 |           |               |     |            |
| PROGRAMA 1                     | Andalucía | 10:00- 14:00  | L-S | 15         |
| PROGRAMA 2                     | Andalucía | 14:00- 21:00  | L-S | 24         |
|                                |           |               |     | <b>39</b>  |
| <b>N.º Inserciones Fórmula</b> |           |               |     | <b>117</b> |
| <b>TOTAL CAMPAÑA</b>           |           |               |     | <b>262</b> |

Las inserciones se distribuirán en dos tandas de dos semanas cada una. La temporalización de las emisiones serán establecidas por el órgano contratante, según los objetivos y necesidades del Programa de Capacitación Digital.

## 8. LUGAR DE EJECUCIÓN DEL SERVICIO.

a) Lote 1: El servicio se desarrollará en la sede de la empresa adjudicataria y las entregas se realizarán en los Centros y Secciones de Educación Permanente que determine el órgano contratante y en las Delegaciones Territoriales y que, en todo caso, están ubicados en la Comunidad Autónoma de Andalucía. La entrega de material se realizará previo aviso en fechas y horarios compatibles con la apertura de los centros docentes y Delegaciones.

b) Lote 2: El servicio se desarrollará en las instalaciones de la empresa adjudicataria.

## 9. PLAZO DE EJECUCIÓN.

El plazo de ejecución para ambos lotes se iniciará al día siguiente de la formalización del contrato. Se establece como plazo de finalización:

a) Lote 1: Finaliza un mes y medio desde su inicio o en la fecha en la que se complete la entrega de todos los materiales objeto del mismo, si ésta fuese anterior.

La impresión de materiales debe finalizar como máximo en un mes desde el inicio del plazo de ejecución y la entrega a los diferentes Centros y Delegaciones indicados por el órgano contratante deberá haber finalizado en el plazo de 15 días, una vez terminado el plazo máximo de la fase anterior.

b) Lote 2: Las dos tandas en las que se distribuye la emisión de cuñas publicitarias se ejecutarán atendiendo a

las necesidades establecidas por el órgano contratante, siendo la fecha máxima de finalización el 30 de noviembre del 2024. No obstante, la empresa dispondrá de 15 días, una vez formalizado el contrato, para entregar el plan de medios, realizar la compra de espacios y comenzar con la emisión de las cuñas radiofónicas de la primera tanda.

#### 10. PLAZO DE GARANTÍA.

El plazo de garantía de la prestación será de 3 meses a partir de la finalización del contrato.

#### 11. PRESUPUESTO MÁXIMO PREVISTO.

En virtud del artículo 102.3 de la Ley 9/2017 de Contratos del Sector Público, el precio se ha formulado atendiendo al precio general de mercado en el momento de fijar el presupuesto base de licitación y la aplicación, en su caso, de las normas sobre ofertas con valores anormales o desproporcionados. Se hace constar que en el servicio objeto del contrato los costes laborales no constituyen el coste económico principal.

Por otro lado, la referida ley establece la obligatoriedad de determinar un desglose de costes en el presupuesto base de licitación del contrato (art. 100.2) y en el valor estimado (artículo 101.2). La determinación del precio del contrato será establecido según el número de unidades a ejecutar para los servicios que se relacionan en este documento.

El precio máximo de licitación será de **doscientos veinte mil setecientos treinta y dos con ochenta y seis céntimos (220.732,86 €), más los cuarenta y seis mil trescientos cincuenta y tres euros con noventa céntimos (46.353,90€)** correspondientes al importe de IVA de la operación, ascendiendo el importe total máximo a **doscientos sesenta y siete mil ochenta y seis euros con setenta y seis céntimos (267.086,76€)**.

##### 1) LOTE 1.

Los precios de referencia tienen su base en presupuestos entregados por empresas tanto en la preparación de contratos previos realizados por el IACP como por propuestas económicas presentadas en distintas licitaciones relacionadas con el objeto de la contratación. Así, de conformidad con lo previsto en el artículo 101.10 de la LCSP, se ha considerado la información aportada por la empresa licitadora del contrato CONTR 2023/ 527122 “DISEÑO, CREACIÓN E IMPRESIÓN DE MATERIALES PARA LA REALIZACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN Y SENSIBILIZACIÓN DE FOMENTO DE LA INCLUSIÓN DIGITAL DE LA CIUDADANÍA, FINANCIADO CON FONDOS DE LA UNIÓN EUROPEA NEXT GENERATION-EU EN EL MARCO DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA”.

Por otro lado, también se ha tenido en cuenta el valor real actualizado de los contratos licitados durante ejercicios precedentes llevados a cabo por el IACP, concretamente el expediente CONTR 2021/355037, con título “SERVICIOS PARA EL DISEÑO, IMPRESIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE CARTELERÍA RELATIVA AL PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN DE LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES ADQUIRIDAS A TRAVÉS DE LA EXPERIENCIA LABORAL O DE VÍAS NO FORMALES DE FORMACIÓN”.

El producto, número máximo de unidades, precio máximo por unidad, lote de unidades por cada centro e importe máximo total se refleja en la siguiente tabla:



| APARTADO                | DESCRIPCIÓN           | P/U MÁXIMO (€) | LOTE POR CENTRO | UNIDADES | TOTAL (€)           |
|-------------------------|-----------------------|----------------|-----------------|----------|---------------------|
| 1                       | CARTELES              | 1,18           | 16              | 3.744    | 4.417,92            |
| 2                       | DÍPTICOS              | 0,10           | 250             | 58.500   | 5.850,00            |
| 3                       | PLACAS                | 46,00          | 1               | 228      | 10.488,00           |
| 4                       | BOLÍGRAFOS            | 0,18           | 150             | 35.100   | 6.318,00            |
| 5                       | CUADERNOS             | 1,81           | 100             | 23.400   | 42.354,00           |
|                         | CARPETAS PORTADOCU-   |                |                 |          |                     |
| 6                       | MENTOS                | 0,49           | 100             | 23.400   | 11.466,00           |
| 7                       | MEMORIAS USB          | 5,97           | 10              | 2.340    | 13.977,39           |
|                         | ALFOMBRILLAS PARA RA- |                |                 |          |                     |
| 8                       | TÓN                   | 2,70           | 16              | 3.744    | 10.108,80           |
| 9                       | DISTRIBUCIÓN          | 30,00          | 1               | 234      | 7.020,00            |
| <b>TOTAL</b>            |                       |                |                 |          | <b>112.000,11 €</b> |
| <b>TOTAL (IVA INC.)</b> |                       |                |                 |          | <b>135.520,14 €</b> |

El **precio máximo de licitación** del Lote 1 asciende a **ciento doce mil euros con once céntimos (112.000,11 €)**, más los **veinte tres mil quinientos veinte euros con dos céntimos (23.520,02€)** correspondientes al importe de IVA de la operación, ascendiendo el **presupuesto base de licitación a ciento treinta y cinco mil quinientos veinte euros con catorce céntimos. (135.520,14 €)**.

**2º) LOTE 2: Emisión de 262 spots de radio de 30'' en emisoras de radio convencionales y musicales a escala regional distribuidos en dos tandas de dos semanas en programas de máxima audiencia y alternando horario de mañana y de tarde.**

La determinación del precio del contrato responde al importe máximo a ejecutar en inserciones publicitarias en un periodo de dos meses máximo, incluido la comisión de la agencia, habiéndose estimado la ejecución de una campaña de publicidad institucional en el periodo de ejecución.

Los precios de referencia tienen su base en las tarifas que publican los diversos medios de comunicación a través de sus medios propios o de las agencias colaboradoras, sobre los que se ejecutan los descuentos en base a estrategias de negociación.

Asimismo, de conformidad con lo previsto en el artículo 101.10 de la LCSP, se ha considerado el valor real de los contratos adjudicados durante ejercicios precedentes llevados a cabo por el IACP, concretamente el CONTR 2020/919707 contrato de servicio para la Planificación de medios y compra de espacios publicitarios en prensa, radio, televisión, publicidad exterior y redes sociales, así como ejecución y seguimiento de los planes de medios para campaña divulgativa del Procedimiento de Acreditación de Competencias Profesionales "ANDALUCÍA ACREDITA".

El número y tipo de soportes, el ámbito, los horarios y días de la semana así como el número de inserciones máximas según el tipo de soporte, así como los importes máximos se recogen en los siguientes cuadros:

|                                     |               |                |            |                     |                    |
|-------------------------------------|---------------|----------------|------------|---------------------|--------------------|
| <b>SOPORTE</b>                      |               |                |            |                     |                    |
| <b>RADIO CONVENCIONAL</b>           | <b>ÁMBITO</b> | <b>HORARIO</b> | <b>DÍA</b> | <b>INSERCCIONES</b> | <b>TOTAL</b>       |
| <b>CADENA COPE</b>                  |               |                |            |                     |                    |
| PROGRAMA 1                          | Andalucía     | 07:00 – 11:00  | L - V      | 20                  | 24.610,67 €        |
| PROGRAMA 2                          | Andalucía     | 16:00 – 21:00  | L - V      | 15                  |                    |
|                                     |               |                |            | <b>35</b>           |                    |
| <b>CANAL SUR</b>                    |               |                |            |                     |                    |
| PROGRAMA 1                          | Andalucía     | 07:00 – 11:00  | L - V      | 20                  | 4.570,28 €         |
| PROGRAMA 2                          | Andalucía     | 16:00 – 21:00  | L - V      | 20                  |                    |
|                                     |               |                |            | <b>40</b>           |                    |
| <b>ONDA CERO</b>                    |               |                |            |                     |                    |
| PROGRAMA 1                          | Andalucía     | 07:00 – 11:00  | L - V      | 20                  | 25.205,08 €        |
| PROGRAMA 2                          | Andalucía     | 16:00 – 21:00  | L - V      | 15                  |                    |
|                                     |               |                |            | <b>35</b>           |                    |
| <b>CADENA SER</b>                   |               |                |            |                     |                    |
| PROGRAMA 1                          | Andalucía     | 07:00 – 11:00  | L - V      | 20                  | 23.787,75 €        |
| PROGRAMA 2                          | Andalucía     | 16:00 – 21:00  | L - V      | 15                  |                    |
|                                     |               |                |            | <b>35</b>           |                    |
| <b>N.º Inserciones Convencional</b> |               |                |            | <b>145</b>          | <b>78.173,78 €</b> |

|                                |               |                |            |               |                     |
|--------------------------------|---------------|----------------|------------|---------------|---------------------|
| <b>Radio Fórmula</b>           | <b>Ámbito</b> | <b>Horario</b> | <b>Día</b> | <b>Nº Ins</b> | <b>TOTAL</b>        |
| <b>CANAL FIESTA</b>            |               |                |            |               |                     |
| PROGRAMA 1                     | Andalucía     | 07:00 – 14:00  | L-S        | 15            | 2.398,20 €          |
| PROGRAMA 2                     | Andalucía     | 14:00- 21:00   | L-S        | 24            |                     |
|                                |               |                |            | <b>39</b>     |                     |
| <b>CADENA DIAL</b>             |               |                |            |               |                     |
| PROGRAMA 1                     | Andalucía     | 07:00 – 14:00  | L-S        | 15            | 14.458,35 €         |
| PROGRAMA 2                     | Andalucía     | 14:00 – 21:00  | L-S        | 24            |                     |
|                                |               |                |            | <b>39</b>     |                     |
| <b>RADIOLÉ</b>                 |               |                |            |               |                     |
| PROGRAMA 1                     | Andalucía     | 10:00- 14:00   | L-S        | 15            | 6.589,05 €          |
| PROGRAMA 2                     | Andalucía     | 14:00- 21:00   | L-S        | 24            |                     |
|                                |               |                |            | <b>39</b>     |                     |
| <b>N.º Inserciones Fórmula</b> |               |                |            | <b>117</b>    | <b>23.445,60 €</b>  |
| <b>TOTAL CAMPAÑA</b>           |               |                |            | <b>262</b>    | <b>101.619,39 €</b> |

A estos precios hay que sumarle la **comisión por agencia (máximo 7%) y el importe correspondiente al IVA**

asociado de la operación.

Como se refleja en la siguiente tabla, el precio máximo de licitación del Lote 2 asciende a **ciento ocho mil setecientos treinta y dos euros con setenta y cuatro céntimos (108.732,74€)**, a lo que hay que sumar veintidós mil ochocientos treinta y tres euros con ochenta y ocho céntimos **(22.833,88€)**, ascendiendo el presupuesto base de licitación a ciento treinta y un mil quinientos sesenta y seis con sesenta y dos céntimos **(131.566,62€)**

| RESUMEN                        | IMPORTE             |
|--------------------------------|---------------------|
| <b>SOPORTES</b>                | <b>101.619,39 €</b> |
| Radio Convencional             | 78.173,78 €         |
| Radio Fórmula                  | 23.445,60 €         |
| <b>Subtotal</b>                | <b>101.619,39 €</b> |
| Servicio de Agencia (7%)       | 7.113,36 €          |
| <b>Total (IVA no incluido)</b> | <b>108.732,74 €</b> |
| <b>IVA</b>                     | <b>22.833,88 €</b>  |
| <b>TOTAL</b>                   | <b>131.566,62 €</b> |

## 12. PRESENTACIÓN DE OFERTAS.

Las empresas licitadoras presentarán el presupuesto debidamente cumplimentado y firmado o proposición económica, indicando precio por unidad y precio total por cada uno de los servicios, según los siguientes modelos:

### LOTE 1

**a) Impresión y distribución de carteles, dípticos, placas, bolígrafos, cuadernos, carpetas portadocumentos, memorias USB y alfombrillas para ratón.**

| APARTADO             | PRODUCTO                 | UNIDADES | PRECIO UNITARIO | TOTAL |
|----------------------|--------------------------|----------|-----------------|-------|
| 1                    | CARTELES                 | 3.744    |                 |       |
| 2                    | DÍPTICOS                 | 58.500   |                 |       |
| 3                    | PLACAS                   | 228      |                 |       |
| 4                    | BOLÍGRAFOS               | 35.100   |                 |       |
| 5                    | CUADERNOS                | 23.400   |                 |       |
| 6                    | CARPETAS PORTADOCUMENTOS | 23.400   |                 |       |
| 7                    | MEMORIAS USB             | 2.340    |                 |       |
| 8                    | ALFOMBRILLAS PARA RATÓN  | 3.744    |                 |       |
| 9                    | MANIPULACIÓN Y ENVÍO     | 234      |                 |       |
| TOTAL (IVA EXCLUIDO) |                          |          |                 |       |
| TOTAL (IVA INCLUIDO) |                          |          |                 |       |

Junto con el modelo de proposición económica, las empresas licitadoras deberán entregar la documentación relacionada con los aspectos técnicos incluidos en la valoración de ofertas del epígrafe de criterios

de adjudicación, además del Cuestionario de autoevaluación del cumplimiento del principio de no causar un perjuicio significativo al medio ambiente (DNSH), en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

**Lote 2: Emisión de 262 spots de radio de 30´´ en emisoras de radio convencionales y musicales a escala regional distribuidos en dos tandas de dos semanas en programas de máxima audiencia y alternando horario de mañana y de tarde.**

a) Descuentos sobre tarifa oficial y precios de la campaña.

La empresa licitadora deberá presentar los descuentos sobre tarifa oficial en ámbito regional de los soportes de radio generalistas y musicales incluidos en el pliego, completando la siguiente tabla:

| SOPORTE                                       | DESCUENTO SOBRE TARIFA OFICIAL |
|-----------------------------------------------|--------------------------------|
| Cope. Tarifa regional Andalucía               |                                |
| Cadena Ser. Tarifa regional Andalucía         |                                |
| Onda Cero. Tarifa regional Andalucía          |                                |
| Canal Sur. Tarifa regional Andalucía          |                                |
| Cadena Dial. Tarifa regional Andalucía        |                                |
| Canal Fiesta Radio. Tarifa regional Andalucía |                                |
| Radiolé. Tarifa regional Andalucía            |                                |

Con respecto a los descuentos a aplicar con carácter general en la compra de espacios publicitarios en radio sobre tarifas oficiales vigentes:

- Las ofertas económicas presentadas deberán venir acompañadas de un documento firmado y sellado por el director comercial (o asimilado) de los soportes pertinentes a este lote, en el que se verifique la condición económica (descuento ofertado) que el licitador presenta.

- Todos los documentos requeridos deberán estar firmados y sellados con una fecha anterior a la fecha de fin de entrega de las proposiciones de esta licitación. Por otro lado, la no presentación de estos documentos requeridos por parte de las empresas licitadoras supondrá su exclusión del procedimiento.

Por otro lado, deben entregar cumplimentada la siguiente tabla, en la que se recogerá de el número y tipo de soportes, el ámbito, los horarios y días de la semana, así como el número de inserciones según el tipo de soporte, porcentaje de descuento y precio por inserción con y sin descuento e importe total del servicio.

| SOPORTE            |           |               |       |                              |            |            |                         |                      |
|--------------------|-----------|---------------|-------|------------------------------|------------|------------|-------------------------|----------------------|
| RADIO CONVENCIONAL | ÁMBITO    | HORARIO       | DÍA   | N.º Cuñas                    | Precio/Un. | %Descuento | Precio/Un con Descuento | TOTAL (IVA EXCLUIDO) |
| CADENA COPE        |           |               |       |                              |            |            |                         |                      |
| PROGRAMA 1         | Andalucía | 07:00 – 11:00 | L - V | 20                           |            |            |                         |                      |
| PROGRAMA 2         | Andalucía | 16:00 – 21:00 | L - V | 15                           |            |            |                         |                      |
|                    |           |               |       | 35                           |            |            |                         |                      |
| CANAL SUR          |           |               |       |                              |            |            |                         |                      |
| PROGRAMA 1         | Andalucía | 07:00 – 11:00 | L - V | 20                           |            |            |                         |                      |
| PROGRAMA 2         | Andalucía | 16:00 – 21:00 | L - V | 20                           |            |            |                         |                      |
|                    |           |               |       | 40                           |            |            |                         |                      |
| ONDA CERO          |           |               |       |                              |            |            |                         |                      |
| PROGRAMA 1         | Andalucía | 07:00 – 11:00 | L - V | 20                           |            |            |                         |                      |
| PROGRAMA 2         | Andalucía | 16:00 – 21:00 | L - V | 15                           |            |            |                         |                      |
|                    |           |               |       | 35                           |            |            |                         |                      |
| CADENA SER         |           |               |       |                              |            |            |                         |                      |
| PROGRAMA 1         | Andalucía | 07:00 – 11:00 | L - V | 20                           |            |            |                         |                      |
| PROGRAMA 2         | Andalucía | 16:00 – 21:00 | L - V | 15                           |            |            |                         |                      |
|                    |           |               |       | 35                           |            |            |                         |                      |
|                    |           |               |       | N.º Inserciones Convencional | 145        |            |                         |                      |

| Radio Fórmula | Ámbito    | Horario       | Día | Nº Ins                  | Precio /Un. | % Descuento | Precio/Un. Con Descuento | TOTAL (IVA EXCLUIDO) |
|---------------|-----------|---------------|-----|-------------------------|-------------|-------------|--------------------------|----------------------|
| CANAL FIESTA  |           |               |     |                         |             |             |                          |                      |
| PROGRAMA 1    | Andalucía | 07:00 – 14:00 | L-S | 15                      |             |             |                          |                      |
| PROGRAMA 2    | Andalucía | 14:00- 21:00  | L-S | 24                      |             |             |                          |                      |
|               |           |               |     | 39                      |             |             |                          |                      |
| CADENA DIAL   |           |               |     |                         |             |             |                          |                      |
| PROGRAMA 1    | Andalucía | 07:00 – 14:00 | L-S | 15                      |             |             |                          |                      |
| PROGRAMA 2    | Andalucía | 14:00 – 21:00 | L-S | 24                      |             |             |                          |                      |
|               |           |               |     | 39                      |             |             |                          |                      |
| RADIOLÉ       |           |               |     |                         |             |             |                          |                      |
| PROGRAMA 1    | Andalucía | 10:00- 14:00  | L-S | 15                      |             |             |                          |                      |
| PROGRAMA 2    | Andalucía | 14:00- 21:00  | L-S | 24                      |             |             |                          |                      |
|               |           |               |     | 39                      |             |             |                          |                      |
|               |           |               |     | N.º Inserciones Fórmula | 117         |             |                          |                      |
|               |           |               |     | TOTAL CAMPAÑA           | 262         |             |                          |                      |

**NOTAS:** En la proposición económica se entenderán incluidos a todos los efectos los demás tributos, tasas y cánones de cualquier índole que sean de aplicación, así como todos los gastos que se originen para la persona adjudicataria, como consecuencia del cumplimiento de las obligaciones contempladas en el presente pliego.

Cada persona licitadora solamente podrá presentar una proposición económica, no siendo admitidas aquellas cuyo importe sea superior al presupuesto de licitación.

No se aceptarán aquellas proposiciones que tengan omisiones, errores u otros aspectos que impidan conocer claramente todo aquello que la Administración estime fundamental para la oferta.

#### b) COMISIÓN POR TRAMITACIÓN DE AGENCIA (CURSADO):

La comisión ofertada por la agencia no puede ser inferior a 0,00% ni superar el 7,00%, y se expresará siempre con dos decimales. No se admitirán comisiones de agencia menores de 0,00%. Si la comisión ofertada fuera superior al 7,00%, se valorará como si se ofertara al 7,00%.

### c) RESUMEN DE LA CAMPAÑA

Por último, se aportará cumplimentada la siguiente tabla- resumen:

| RESUMEN                        | IMPORTE |
|--------------------------------|---------|
| <b>SOPORTES</b>                |         |
| Radio Convencional             |         |
| Radio Fórmula                  |         |
| <b>Subtotal</b>                |         |
| <b>% Servicio Agencia</b>      |         |
| Importe Servicio de Agencia    |         |
| <b>Total (IVA no incluido)</b> |         |
| <b>IVA</b>                     |         |
| <b>Total (IVA incluido)</b>    |         |

### 13. JUSTIFICACIÓN DE LOS CRITERIOS DE SOLVENCIA ECONÓMICA Y FINANCIERA Y TÉCNICA O PROFESIONAL.

Atendiendo a lo establecido en los artículos del 87 al 91 de la LCSP, la solvencia técnica y económica se acreditará para cada uno de los Lotes del objeto del contrato de la siguiente forma:

1) Se exigirá que la empresa adjudicataria se dedique a actividades de igual o similar naturaleza a las que se incluyen en el objeto del contrato. El sistema para determinar que un trabajo o servicio es de igual o similar naturaleza al que constituye el objeto del contrato se toman los tres primeros dígitos -si consta- del CPV principal especificados para cada uno de los lotes incluidos en el contrato.

2) En cuanto a la solvencia económica, el volumen anual de negocios, referido al mejor ejercicio dentro de los tres últimos disponibles en función de las fechas de constitución o de inicio de actividades del empresario y de presentación de las ofertas, deberá ser al menos una vez y media el valor estimado del contrato.

Dado el volumen y las características de las actividades incluidas en los lotes, que requieren de empresas especializadas en el sector y de personal con experiencia para que pueda garantizarse el servicio y con la calidad adecuada, por lo que queda justificado el establecimiento de los criterios anteriores.

### 14. JUSTIFICACIÓN DE LOS CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN.

Los criterios de adjudicación se recogen expresamente en el Pliego Cláusulas Administrativas Particulares. Conforme al artículo 145.1 de la LCSP se han establecido una pluralidad de criterios de adjudicación con los que se pretende conseguir la mejor relación calidad-precio.

Las ofertas se evaluarán únicamente con arreglo a criterios valorados mediante la aplicación de fórmulas, que permiten valorar objetivamente las propuestas.

Estos criterios incluyen la valoración de la oferta económica y también una serie de criterios evaluables mediante fórmulas, distintos de la proposición económica. Así, dado que el objeto del contrato es ejecutar la campaña publicitaria de Capacitación Digital, se justifica la inclusión de valoración de aspectos técnicos que tienden a proponer una ejecución del contrato más eficaz y que éste se adecúe a lo establecido para la ejecución de fondos del Mecanismo de Recuperación, Transformación y Resiliencia, principalmente en relación con el principio del “DNSH” y para el cumplimiento de los plazos de ejecución de hitos y objetivos del programa.

Se adoptará el criterio de mejor relación calidad-precio en base a los conceptos solicitados, valorando los siguientes aspectos:

## LOTE 1

### A) VALORACIÓN DE LA OFERTA ECONÓMICA.

Se otorgará 60 puntos (60% de la puntuación total) a la oferta económica más baja, considerando la suma total de los precios ofertados del apartado de Servicios Necesarios y Prescripciones Técnicas.

El resto de ofertas serán valoradas conforme a la siguiente fórmula, que será de aplicación para la suma el importe total de la oferta presentada.

$$X = (MB * Max) / F$$

Siendo:

- MB= Valor del total de la oferta económica más baja presentada (en euros).
- Max= Máxima puntuación que puede obtener por la oferta económica.
- F= Valor del total de la oferta económica de la empresa (en euros).
- X= Valoración obtenida por la empresa (en puntos).

### B) VALORACIÓN DE LOS ASPECTOS TÉCNICOS.

Se otorgarán 40 puntos (40% de la puntuación total) en base a los aspectos técnicos que se establecen a continuación.

Se estima incluir aspectos de valoración referente a:

#### 1) Características del material entregado (máximo 20 puntos).

-Impresión de piezas gráficas con materiales que dispongan de algún tipo de certificado o etiquetado ecológico que garantice una baja incidencia medioambiental<sup>1</sup>:

- Por cada certificado aportado de “FSC”, “ECF”, “Eco-etiqueta Europea”, “Carbono Neutral”, entre otras: 10 puntos.

#### 2) El compromiso por parte de la empresa a finalizar los trabajos en un plazo inferior al de ejecución establecido en esta memoria en el epígrafe de Plazo de ejecución (máximo 15 puntos).

<sup>1</sup> Acorde con lo establecido en la Orden PCI/86/2019, de 31 de enero, por la que se publica el Acuerdo del Consejo de Ministros de 7 de diciembre de 2018, por el que se aprueba el Plan de Contratación Pública Ecológica de la Administración General del Estado, sus organismos autónomos y las entidades gestoras de la Seguridad Social (2018-2025).



- Por cada semana que se reduzca del plazo máximo establecido de mes y medio de ejecución se obtendrán 5 puntos. Se acreditará mediante declaración responsable firmada y aportada por la empresa licitadora en el momento de presentación de la oferta. En caso de incumplimiento posterior se detraerá un 5% del valor de las entregas pendientes y será objeto de incumplimiento.

3) Se valorará con un máximo de 5 puntos (5%) la implantación de un Sistema de Gestión Medio ambiental y/o de Calidad en la empresa se entenderá como garantía de los trabajos que va a realizar la entidad objeto de este contrato al considerarse que deben aplicarse en todos los procesos de ejecución de los trabajos el principio de No causar un daño significativo al medio ambiente (DNSH), transversal a todos los programas financiados con fondos MRR. Estos sistemas llevan implícitos procedimientos que contribuyen a la eficiencia y eficacia del gasto. (máximo 5 puntos).

- Sistemas de Gestión Medioambiental (máximo 3 puntos). Por el certificado aportado por la empresa en el momento de la licitación expedido por organismos independientes acreditativo del cumplimiento e implantación de sistemas de gestión medioambiental: 3 puntos.

- Sistemas de Gestión de Calidad (máximo 2 puntos). Por cada certificado aportado por la empresa en el momento de la licitación expedido por organismos independientes acreditativos del cumplimiento de normas de garantía de la calidad o de gestión medioambiental: 2 puntos.

Los documentos acreditativos correspondientes a los tres apartados anteriores habrán de entregarse por parte de la empresa licitadora en el momento de presentación de la oferta, junto con el presupuesto o propuesta económica y el resto de documentación establecida en los pliegos.

## LOTE 2

### 1.- Proposición económica (75%)

Se valorará con un máximo de 75 puntos (75% de la puntuación total) a otorgar de 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.- Descuentos a aplicar sobre las tarifas oficiales. En concepto de descuentos a aplicar con carácter general en la compra de espacios publicitarios en radio sobre tarifas oficiales vigentes, se valorará con un índice de ponderación del 68% (68 puntos), distribuido de la siguiente manera:

- Las emisoras de radio convencional recibirán la mayor ponderación, por acumular mayor volúmenes de audiencia en Andalucía y por ser sus contenidos más afines al concepto de nuestra campaña: 11,0% cada una.

- Las emisoras de radio temática (radio musical) recibirán una ponderación menor al acumular menor volumen de audiencia: 8,0%.

(Advertencia: la no inclusión en la oferta de uno o más de los descuentos sobre tarifa oficial a los que se hace referencia en este apartado, conllevará la exclusión de la empresa de la licitación del presente contrato).

| SOPORTE                                       | PONDERACIÓN MÁXIMA |
|-----------------------------------------------|--------------------|
| Cope. Tarifa regional Andalucía               | 11%                |
| Onda Cero. Tarifa regional Andalucía          | 11%                |
| Cadena Ser. Tarifa regional Andalucía         | 11%                |
| Canal Sur. Tarifa regional Andalucía          | 11%                |
| Cadena Dial. Tarifa regional Andalucía        | 8%                 |
| Radiolé.                                      | 8%                 |
| Canal Fiesta Radio. Tarifa regional Andalucía | 8%                 |

Nota 1: Al ofertar su descuento sobre tarifa oficial la empresa debe tener en cuenta que en Radio no se podrán aplicar recargos, aun recogidos en la correspondiente tarifa, por posicionamiento o por ubicación en determinada franja horaria.

Nota 2: El descuento sobre tarifa oficial se indicará en porcentaje, con dos decimales y nunca podrá ser superior a 100,00%.

Nota 3: A) Los descuentos serán aplicables sobre cualquiera de las tarifas, Regionales/ Provinciales / Locales de los soportes solicitados.

Nota 3: B) Será de obligada aplicación la tarifa regional en aquellos soportes que dispongan de la misma. Cuando un soporte no disponga de tarifa regional como tal, sino de un conjunto de tarifas de sus emisoras distribuidas (provinciales, comarcales o locales), se entenderá como tarifa regional el sumatorio de tales tarifas.

Nota 4: En caso de acciones puntuales en radio de ámbito local, comarcal o provincial, el descuento que se oferte sobre tarifas regionales de los soportes será asimismo aplicable a las tarifas provinciales o locales de tales soportes.

Para valorar este concepto la fórmula aplicable en cada caso será la siguiente:

$$Vf = Vi1 + Vi2 + Vi3 + Vi4...$$

$$Vi = POE * (RF/Rfmax).$$

Donde: Vf = Puntuación total en este apartado.

Vi = Puntuación de la oferta presentada para cada soporte.

POE = Puntuación máxima del descuento sobre tarifa por soporte ofertado.

RF = descuento sobre tarifa por soporte ofertado.

Rfmax = Descuento máximo de las ofertas valoradas.

1.2.- Comisión por tramitación de agencia (cursado): se valorará con un 7% de la puntuación total a otorgar (máximo 7 puntos), de la siguiente manera:

Se otorgará la puntuación más alta a la empresa que oferte una comisión igual a 0,00% y 0 puntos a la empresa cuya comisión sea del 7,00%.

La comisión ofertada por la agencia no puede ser inferior a 0,00% ni superar el 7,00%, y se expresará siempre con dos decimales. No se admitirán comisiones de agencia menores de 0,00%. Si la comisión ofertada fuera superior al 7,00%, se valorará como si se ofertara al 7,00%.

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

$$V_f = POE - RF$$

Donde:

$V_f$  = Puntuación total en este apartado.

$POE$  = Puntuación máxima de la comisión de agencia.

$RF$  = comisión de agencia ofertada.

## 2.- Proposición técnica: Máximo 25 puntos (25%)

2.1. Compromiso de cobertura. Se valorará con un 15% de la puntuación total el compromiso de alcanzar una cobertura mínima en la campaña en el medio Radio. Si la empresa licitadora se compromete a:

- Una cobertura mínima del 32% para la inversión publicitaria en soportes de radio-fórmula musical (medio radio) a nivel regional.

- Y una cobertura mínima del 20% para la inversión publicitaria en soportes de radio convencional (cualquiera distinto a radio-fórmula musical dentro del medio radio) a nivel regional.

Se entregará declaración firmada en el momento de presentación de la oferta.

2.2. Formación y experiencia. Se valorará con un máximo de 5 puntos (5%), la formación y experiencia de la persona de la empresa licitadora que coordine el proyecto y que sea la responsable del contrato, ya que es indispensable el conocimiento amplio del sector para elaborar el plan de medios y que este se adapte al colectivo destinatario de la actuación en el corto plazo de ejecución de este Lote del contrato. De esta forma, se otorgarán 5 puntos si se acredita en el momento de presentación de la oferta que la persona responsable del contrato cuenta con algún título de educación superior en alguna de las ramas de publicidad, periodismo y comunicación audiovisual o que se demuestre, con contratos de trabajo, tener como mínimo tres años de experiencia en tareas directamente relacionadas con la formación exigida.

2.3. Sistemas de Gestión Medioambiental y de Calidad. Se valorará con un máximo de 5 puntos (5%) la implantación de un Sistema de Gestión Medio ambiental y/o de Calidad en la empresa se entenderá como garantía de los trabajos que va a realizar la entidad objeto de este contrato al considerarse que deben aplicarse en todos los procesos de ejecución de los trabajos el principio de No causar un daño significativo al medio ambiente (DNSH), transversal a todos los programas financiados con fondos MRR. Estos sistemas llevan implícitos procedimientos que contribuyen a la eficiencia y eficacia del gasto. (máximo 5 puntos).

- Si cuenta con un Sistema de Gestión Medioambiental: máximo 3 puntos (3%). La empresa deberá aportar en el momento de la licitación el certificado expedido por organismos independientes acreditativo del cumplimiento e implantación de normas/sistemas de gestión medioambiental: (3 puntos.)
- Si cuenta con un Sistema de Gestión de Calidad: máximo 2 puntos (2%). La empresa deberá aportar en el momento de la licitación el certificado expedido por organismos independientes acreditativos del

cumplimiento de normas de garantía de la calidad : (2 puntos)

## 15. PARÁMETROS OBJETIVOS PARA CONSIDERAR UNA OFERTA ANORMALMENTE BAJA

Los parámetros objetivos en función de los cuales se apreciará, en su caso, que las proposiciones no pueden ser cumplidas como consecuencia de la inclusión de valores anormalmente bajos serán los siguientes:

- Cuando concurriendo un solo licitador:

El precio ofertado para cada uno de los lotes sea inferior al presupuesto máximo base de licitación en más de 25 unidades porcentuales. Este porcentaje será reducido a razón de una unidad por cada 20 puntos que obtenga la empresa licitadora en las mejoras para el Lote 1 y en una unidad por cada 10 puntos obtenidos para el Lote 2.

- Cuando concurriendo dos licitadores:

El precio ofertado para cada uno de los lotes sea inferior al presupuesto máximo base de licitación en más de 20 unidades porcentuales. Este porcentaje será reducido a razón de una unidad por cada 20 puntos que obtenga la empresa licitadora en las mejoras para el Lote 1 y en una unidad por cada 10 puntos obtenidos para el Lote 2.

- Cuando concurriendo tres licitadores:

El precio ofertado para cada uno de los lotes sea inferior al presupuesto máximo base de licitación en más de 10 unidades porcentuales. Este porcentaje será reducido a razón de una unidad por cada 20 puntos que obtenga la empresa licitadora en las mejoras para el Lote 1 y en una unidad por cada 10 puntos obtenidos para el Lote 2.

- Cuando concurriendo cuatro o más licitadores:

Las que sean inferiores en más de 10 unidades porcentuales a la media aritmética de las ofertas presentadas y, no obstante, si entre ellas existen ofertas que sean superiores a dicha media en más de 10 unidades porcentuales, se procederá al cálculo de una nueva media sólo con las ofertas que no se encuentren en el supuesto indicado. En todo caso, si el número de las restantes ofertas es inferior a tres, la nueva media se calculará sobre las tres ofertas de menor cuantía.

En estos supuestos se estará a lo previsto en la LCSP y en el Reglamento General de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas. Cuando hubieren presentado ofertas empresas que pertenezcan a un mismo grupo, en el sentido del artículo 42.1 del Código de Comercio, se tomará únicamente, para aplicar el régimen de identificación de las ofertas incursas en presunción de anormalidad, aquella que fuere más baja, y ello con independencia de que presenten su oferta en solitario o conjuntamente con otra empresa o empresas ajenas al grupo y con las cuales concurran en unión temporal.

## 16. JUSTIFICACIÓN DE LAS CONDICIONES ESPECIALES DE EJECUCIÓN.

En los contratos que ejecuten inversiones financiadas con el PRTR se incluyen las siguientes condiciones especiales:

- Cumplir los hitos y objetivos del componente concreto del Plan a cuya consecución contribuye el presente contrato y los establecidos en el PPT.
- Cumplir las obligaciones en materia de etiquetado verde y etiquetado digital o impedir los mecanismos establecidos para su control.
- No causar un daño significativo al medio ambiente.
- No estar incurso en conflicto de interés y no actuar, de manera que la misma interfiera en la correcta ejecución del contrato.

A este respecto, se introduce lo siguiente:

- Con carácter general, el embalaje deberá cumplir con lo dictado en la Ley 11/1997 de 24 de abril, de Envases y Residuos de Envases. Para las entregas en el Centro Regulador de Mercancías, únicamente se permitirá la utilización de cartón ondulado doble de al menos 3 mm. de espesor, a no ser que por la naturaleza del bien requiera de algún otro tipo de embalaje específico que puede ser necesario, por ejemplo, para las entregas de algunos bienes de grandes dimensiones. En cualquier caso, cualquier otro embalaje distinto del indicado deberá ser autorizado por el responsable del contrato y deberá ser reciclable.
- A efectos del artículo 202 de la LCSP, tendrá la consideración de condición especial de ejecución, con objeto de contribuir a la mitigación y lucha contra los efectos del cambio climático, en alineación con los planes que la Junta de Andalucía viene desarrollando desde 2002, recientemente elevados al máximo rango jurídico gracias a la aprobación por unanimidad en el Parlamento de Andalucía de la Ley 8/2018, de 8 de octubre, de medidas frente al cambio climático y para la transición hacia un nuevo modelo energético en Andalucía, la exigencia de que cualquier documento asociado a la ejecución del pliego debe ser suministrado por medios electrónicos para fomentar el ahorro de papel, así como cualquier entregable relativo a los trabajos.

Conforme al artículo 202.2 de la LCSP, tendrá la consideración de obligación de carácter esencial de ejecución:

1. La obligación de someterse a la normativa nacional y de la Unión Europea en materia de protección de datos, así como dar cumplimiento a las obligaciones establecidas en la cláusula 12.3. del pliego de cláusulas administrativas particulares.
2. Será también condición especial de ejecución el cumplimiento de los valores ofertados en sede de licitación.
3. La entrega de los informes de seguimiento por parte del contratista (coordinación técnica del contratista), así como la entrega incompleta, fuera de plazo o sin respetar las especificaciones del pliego.

Por otra parte, dado que este contrato ejecuta inversiones financiadas con el PRTR, tendrán igualmente consideración de condiciones especiales las siguientes responsabilidades de la persona contratista:

4. El cumplimiento de los hitos y objetivos del componente concreto del Plan a cuya consecución contribuye el presente contrato y los establecidos en el PPT, así como de facilitar la información/documentación que le sea requerida para acreditar dicho cumplimiento.

5. El cumplimiento de las obligaciones en materia de etiquetado verde y etiquetado digital o impedir los mecanismos establecidos para su control, así como de facilitar la información/documentación que le sea requerida para acreditar dicho cumplimiento.
6. El cumplimiento de la obligación de no causar un daño significativo al medio ambiente (DNSH), así como de facilitar la información/documentación que le sea requerida para acreditar dicho cumplimiento.
7. El cumplimiento de la obligación de facilitar los datos exigidos para la identificación del contratista y subcontratista, si lo hubiera, por el artículo 8.2 de la Orden HFP/1030/2021, de 29 de septiembre, y los datos exigidos para la identificación del perceptor de los fondos, recogidos en el artículo 10 de la Orden HFP/1031/2021, de 29 de septiembre.
8. El cumplimiento de la obligación de facilitar la información/documentación de no estar incurso en conflicto de interés y no actuar, de manera que la misma interfiera en la correcta ejecución del contrato. En esta obligación se incluyen los subcontratistas, si los hubiera.
9. El cumplimiento de las obligaciones en materia de comunicación, encabezamiento y logos por parte de contratistas y subcontratistas, así como de facilitar la información/documentación que le sea requerida para acreditar dicho cumplimiento.
10. El cumplimiento de las obligaciones de acceso a la información y conservación de la documentación por parte de contratistas y subcontratistas.

## 17. PERSONA RESPONSABLE DEL CONTRATO

Se propone como responsable del contrato a la persona que ocupa el puesto de la coordinación del Área de Calidad en la Formación Profesional del Instituto Andaluz de Cualificaciones Profesionales para realizar el seguimiento y control de las actuaciones que constituyen el objeto del contrato y aquellas que se deduzcan de las estipulaciones del mismo, con objeto de garantizar su adecuada ejecución y que se notificarán debidamente a la empresa.

El contrato se ejecutará con estricta sujeción a las estipulaciones contenidas en los pliegos, observando fielmente lo establecido en él, así como las instrucciones que, en su caso, haya dado la persona responsable del contrato designada por el órgano de contratación.

A esta persona responsable le corresponderá supervisar su ejecución, adoptar las decisiones y dictar las instrucciones necesarias con el fin de asegurar la correcta realización de la prestación pactada, así como reforzar el control del cumplimiento de éste y agilizar la solución de los diversos incidentes que puedan surgir durante su ejecución, sin que en ningún caso estas facultades puedan implicar el ejercicio de potestades directivas u organizativas sobre el personal de la empresa adjudicataria.

La persona responsable del contrato ejercerá las funciones que se relacionan a continuación:

- Dirigir, supervisar y coordinar la realización y desarrollo de los trabajos.
- Facilitar los textos y logotipos a incluir en los trabajos.
- Realizar las indicaciones que orientarán el diseño de los mismos.
- Aprobar las pruebas de los trabajos a realizar.
- Velar por el nivel de calidad de los trabajos.
- Asegurar el seguimiento del programa de realización de los trabajos.

- Hacer cumplir las normas de funcionamiento y condiciones estipuladas en el presente pliego de prescripciones técnicas.
- Proponer medidas correctoras o sancionadoras en caso de incumplimiento de parte o total en la realización y desarrollo de los trabajos.
- Realizar cuantas comprobaciones sean necesarias para emitir las actas o certificaciones de conformidad con los trabajos realizados.

## 18. PERSONA RESPONSABLE DE LA EMPRESA CONTRATANTE.

La persona responsable de la empresa contratante velará por la idónea gestión contractual de modo que en su ejecución no se den situaciones que puedan propiciar la existencia de una cesión ilegal de trabajadores o dar lugar a la declaración de relación laboral entre la Administración y el personal de la empresa contratada. En concreto, velará especialmente porque:

- Ejercer su propia dirección y gestión del contrato y sea responsable de la organización del servicio, incluyendo la realización de todas aquellas funciones que como empleador le corresponden con respecto a sus trabajadores.
- A través de los delegados/as por ella designados, sea responsable de impartir a sus trabajadores/as las correspondientes instrucciones, criterios de realización del trabajo y directrices de cómo distribuirlo, de tal manera que el órgano contratante sea ajeno a estas relaciones laborales.
- Emitir un certificado de los trabajos finalizados con las unidades de cada apartado ejecutadas.

La empresa adjudicataria ejecutará las tareas incluidas en el objeto del contrato para el Lote 1 y para el Lote 2 de forma independiente en sus propias instalaciones, sin existir similitud entre estas actividades y las realizadas por el Instituto Andaluz de Cualificaciones Profesionales y no estar reservadas las mismas a funcionarios públicos.

La persona responsable de la empresa contratante deberá corregir cualquier incidente o desviación en la ejecución que pueda suponer infracción de las reglas mencionadas, así como dar inmediatamente parte al órgano de contratación de tal situación y realizar las propuestas de corrección.

## 19. SUBCONTRATACIÓN

### Lote 1.- Impresión y distribución de carteles, dípticos, placas, bolígrafos, cuadernos, carpetas portadocumentos, memorias USB y alfombrillas para ratón.

Se permite la subcontratación de la entrega material de los trabajos de impresión.

La entidad licitadora deberá en su oferta indicar: la subcontratación de esta parte de la prestación; el importe de la misma que subcontrata; nombre o perfil empresarial de la entidad que va a realizar esta actividad; datos de contacto y representantes legales del mismo; no estar incurso en prohibición de contratar de acuerdo con el artículo 71, así como condiciones de solvencia técnica o profesional que serán las mismas que se exigen al adjudicatario.

Debido a la ejecución de la presente licitación en el marco del Componente 19 “Plan Nacional de Competencias Digitales”, del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR), el Plan de medidas Antifraude para la gestión de los Fondos del Mecanismo de Recuperación y Resiliencia de la Comunidad Autónoma de An-



dalucía, aprobado por Acuerdo de 27 de abril de 2022, del Consejo de Gobierno, establece una serie de obligaciones en relación con los subcontratistas a fin de evitar un conflicto de intereses y que son los siguientes:

- Obligatoria cumplimentación de una Declaración de ausencia de intereses (DACI), según el modelo recogido en el PCAP (ANEXO XVI-B)) por el representante legal del órgano de dirección del subcontratista en el momento de la presentación de la oferta y/o declaración de subcontratación tan pronto como se tenga conocimiento de la participación en el procedimiento en cuestión. El subcontratista se compromete a poner en conocimiento del órgano de contratación de cualquier situación de conflicto de intereses o causa de abstención para evitar éste, desde la firma de la declaración y durante toda la vigencia del contrato incluido el período de garantía.
- Cumplimentación del Anexo X del Plan de Medidas Antifraude antes mencionado, que recoge la Declaración de compromisos en relación con la ejecución de Actuaciones del PRTR.

## 20. PLAN ANTIFRAUDE

Entre las previsiones de la Orden HFP/1030/2021, de 29 de septiembre, destaca la obligación que impone y desarrolla el artículo 6 que, con la finalidad de dar cumplimiento a las obligaciones que el artículo 22 del Reglamento (UE) 2021/241, de 12 de febrero, impone a España en relación con la protección de los intereses financieros de la Unión como persona beneficiaria de los fondos del MRR, en cuanto a que toda Entidad, decisora o ejecutora, que participe en la ejecución de las medidas del PRTR, deberá disponer de un «Plan de medidas antifraude» que le permita garantizar y declarar que, en su respectivo ámbito de actuación, los fondos correspondientes se han utilizado de conformidad con las normas aplicables, en particular, en lo que se refiere a la prevención, detección y corrección del fraude, la corrupción, los conflictos de intereses y la doble financiación.

A este respecto, la Comunidad Autónoma de Andalucía, como entidad Ejecutora aprobó, por Acuerdo del 27 de abril de 2022, del Consejo de Gobierno, el «Plan de medidas antifraude para la gestión de los Fondos del mecanismo de Recuperación y Resiliencia de la Comunidad Autónoma de Andalucía» (en adelante PMA), que recoge la obligación, por parte de las distintas Consejerías de adaptar este PMA a las circunstancias específicas de cada una.

En cumplimiento de este deber, en fecha de 2 de octubre de 2023, se aprobaron las Adaptaciones específicas del PMA a propuesta de la Unidad Antifraude de la Consejería de Desarrollo Educativo y Formación Profesional. La instrucción séptima de la Instrucción 2/2023 de la Dirección General de Contratación en relación con los contratos públicos financiados con fondos procedentes del Mecanismo de Recuperación y Resiliencia, en ejecución del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, establece la mención obligatoria a la aplicación de esta adaptación.

El Plan de Medidas Antifraude recoge como principio de gestión específico la identificación final del adjudicatario del contrato. Esto supone la obligatoria suscripción de la citada Declaración de Ausencia de Conflicto de Intereses (DACI), por quienes participen en los procedimientos de ejecución del PRTR para así asegurar el cumplimiento de los principios transversales establecidos en el mismo; es decir, que debe ser firmado tanto por parte de la administración licitadora, que actúa como entidad ejecutora del componente, como por parte de la persona contratista.

De igual manera y con la finalidad de asegurar la inexistencia de fraude y el cumplimiento de las obligaciones antes asumidas, se ponen a disposición de contratistas y subcontratistas varios canales de denuncias como elemento de detección del fraude, la corrupción, los conflictos de interés o la doble

financiación en caso de un inadecuado funcionamiento de las medidas preventivas. Estos son:

- Canal específico de la Consejería de Desarrollo Educativo y Formación Profesional: [unidadantifraude.ced@juntadeandalucia.es](mailto:unidadantifraude.ced@juntadeandalucia.es)
- Canal de Denuncias de la Oficina Andaluza contra el Fraude y la Corrupción: <https://buzon.antifraudeandalucia.es> siendo accesible igualmente, a través de los enlaces habilitados en el portal web de la institución [www.antifraudeandalucia.es](http://www.antifraudeandalucia.es)
- Canal de información sobre fraudes o irregularidades que afecten a fondos europeos, del Servicio Nacional de Coordinación Antifraude (SNCA).  
<https://planderecuperacion.gob.es/buzon-antifraude-canal-de-denuncias-del-mecanismo-para-la-recuperacion-y-resiliencia>  
<https://www.igae.pap.hacienda.gob.es/sitios/igae/es-ES/snca/Paginas/ComunicacionSNCA.aspx>
- Oficina Europea de Lucha contra el fraude (OLAF): Es posible dirigirse a la OLAF por medio de los siguientes canales:
  - a) Por carta a: Comisión Europea, Oficina Europea de Lucha contra el Fraude (OLAF), Investigaciones y Operaciones B-1049 Bruselas, Bélgica.
  - b) Por correo electrónico a: [OLAF-COURRIER@ES.EUROPA.EU](mailto:OLAF-COURRIER@ES.EUROPA.EU)
  - c) Por medio de las líneas de teléfono gratuito: +32-2-298.65.38

## 21. ETIQUETADO VERDE Y DIGITAL.

Se entiende por etiquetado el reconocimiento del peso relativo de los recursos asignados para la transición ecológica y digital, que representan el 39,7% y el 28,2% respectivamente del total asignado al PRTR.

**Etiquetado digital.** Las inversiones en el componente 19 se destinan íntegramente (100%) a la transición digital y a sus desafíos asociados. Esto implica la modernización de la economía a través del uso de herramientas digitales y la explotación de los beneficios que conlleva la digitalización.

**Etiquetado verde.** Aunque las inversiones en el componente 19 no contribuyen de manera explícita (0%) a la acción climática para la transición ecológica, todas las reformas e inversiones en este componente indirectamente coadyuvan al proceso de transformación de nuestro sistema económico hacia una economía circular y descarbonizada. Esta transformación, que promueve la adopción de energías renovables, movilidad sostenible y eficiencia, es inseparable de un proceso de transformación digital que se nutre de los resultados de la investigación e innovación. Por lo tanto, impulsar el desarrollo de competencias digitales avanzadas es un prerrequisito para fomentar la investigación científica y el desarrollo de soluciones innovadoras que, una vez alcanzada la madurez tecnológica y comercial adecuada, puedan transferirse al sector industrial.

## 22. PRINCIPIOS DE DNSH.

El Reglamento (UE) 241/2021 en su artículo 5 establece que “el Mecanismo sólo apoyara aquellas medidas que respeten el principio de “no causar un perjuicio significativo”, principio llamado “Do Not Significant Harm” (DNSH)”, desarrollado por el artículo 9 del Reglamento 2020/852 del Parlamento Europeo y del Consejo de 18 de junio de 2020, que establece como objetivos medioambientales los siguientes:

- Mitigación del cambio climático.
- Adaptación al cambio climático .
- Utilización y protección sostenibles de los recursos hídricos y marinos.
- Economía circular, incluidos la prevención y el reciclado de residuos.
- Prevención y control de la contaminación a la atmósfera, el agua o el suelo.
- Protección y restauración de la biodiversidad y los ecosistemas.

Para asegurar el cumplimiento de este principio, el Ministerio de Transición Ecológica y Reto Demográfico, publica una “Guía para el diseño y desarrollo de actuaciones acordes con el principio de no causar un perjuicio significativo al medio ambiente” cuyo Anexo II contiene un “Cuestionario de autoevaluación del cumplimiento del principio de no causar un perjuicio significativo al medio ambiente en el marco del Plan de recuperación, Transformación y resiliencia (PRTR)” y que se incorpora en el expediente, así como el modelo de declaración responsable sobre el cumplimiento del principio de no perjuicio significativo a los seis objetivos medioambientales (DNSH), en el sentido del artículo 17 del Reglamento (UE) 2020/852 incluido en el Anexo III de esta Guía, y que también se adjunta con el resto de documentación del expediente.

Cabe destacar en este sentido que para esta actuación relativa a la Componente 19.I1 del citado Plan Nacional de Competencias digitales, no existe condicionado específico que deba cumplir para ser considerada conforme con el principio DNSH según los documentos “Decisión de ejecución del Consejo relativa a la aprobación de la evaluación del PRTR (CID)” y “Disposiciones Operativas entre la Comisión y España según el Reglamento (UE) 2021/241”. Se espera que ninguna medida de este componente cause un perjuicio significativo a objetivos medioambientales a efectos de lo dispuesto en el artículo 17 del Reglamento (UE) 2020/852, teniendo en cuenta la descripción de las medidas y las medidas de mitigación expuestas en el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia de conformidad con la Guía técnica sobre la aplicación del principio de «no causar un perjuicio significativo».

La persona que participa como contratista deberá proceder a la cumplimentación del Anexo I de “Características técnicas mínimas del contrato y Cuestionario de autoevaluación del cumplimiento del principio “DNSH” en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR) del Plan de Medidas Antifraude, que recoge la Declaración de compromisos en relación con la ejecución de Actuaciones del PRTR”, manifestando que se compromete a respetar los principios de economía circular y evitar impactos significativos en el medio ambiente (DSNH).

En las licitaciones, en los pliegos correspondientes en el Pliego de Condiciones Administrativas Particulares del contrato (PCAP) deben constar como obligaciones esenciales. La adjudicataria dejará constancia en el Informe Final de las medidas adoptadas para asegurar el cumplimiento de las obligaciones relativas al “DNSH”.

### 23. FORMA DE PAGO.

De forma general, se presentará una única factura una vez finalizados los trabajos o, transcurrido el periodo de ejecución del contrato, por todos los servicios efectivamente prestados.

**Con respecto al Lote 1**, será obligatoria la presentación de los albaranes de entrega para realizar la conformidad de dicha factura.

**Con respecto al Lote 2**, se presentará una factura por cada tanda de cuñas emitidas, siendo una única factura en caso de que las dos remesas se concatenaran en el tiempo.

Para tramitar el pago será necesaria la aportación por parte de la empresa, junto con la factura, de una declaración responsable de ejecución de la totalidad de los trabajos facturados, del informe de evaluación de los resultados de la campaña o acción<sup>2</sup>, de los justificantes de inserción y/o certificaciones de emisión o fijación correspondientes a tales trabajos, y en caso de que se le solicite por el responsable del contrato, de la certificación por el soporte de las tarifas oficiales en aquel momento. En caso de inserciones puntuales en soportes sin tarifa publicada, o en general para cualquier formato que esté fuera de tarifa, se exigirá a la agencia que aporte además certificado del soporte de que no existe esa tarifa. El IACP, u organismo en quien delegue, podrá contrastar directamente con los soportes los datos recogidos en justificantes o certificados de emisión o fijación en orden a dar validez a los mismos.

#### **24. APLICACIÓN PRESUPUESTARIA.**

Para la financiación de este servicio se dispone de crédito dentro de la partida presupuestaria 1100180330/G/42D/226.02/00 MR07190101, fondos NEXT GENERATION- EU, en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

Esta actuación no incurre en doble financiación, ya que se encuentra financiada en su totalidad por el PRTR.

#### **25. PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO.**

Se recogen en el pliego de prescripciones técnicas que acompaña a la presente memoria justificativa.

Sevilla, a la fecha de la firma electrónica.

LA DIRECTORA GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

María Ángeles Rodríguez Peralta

<sup>2</sup> El informe de ejecución evaluando la rentabilidad de las acciones ejecutadas. Para la evaluación de la ejecución, se usarán las herramientas Tom Micro y Galileo y deberán presentarse las capturas de pantalla de dichas herramientas, no solo con resultados totales, sino también con la planificación desarrollada. Igualmente, por cada inserción se empleará el dato de audiencia probabilizada de la hora concreta de emisión planificada.