

MODELO DE PLIEGO DE CLÁUSULAS ADMINISTRATIVAS PARTICULARES RECOMENDADO POR LA COMISIÓN CONSULTIVA DE CONTRATACIÓN PÚBLICA PARA LA CONTRATACIÓN DE SERVICIOS MEDIANTE PROCEDIMIENTO ABIERTO- PRESENTACIÓN ELECTRÓNICA DE OFERTAS

ANEXO V-B
MODELO DE PROPOSICIÓN ECONÓMICA
(SOBRE ELECTRÓNICO Nº 3¹)

Expediente: 100/2024

Título: "Prestación de servicios de planificación, creatividad, diseño, y compra de espacios publicitarios para la campaña de sensibilización en materia de conciliación y corresponsabilidad en el marco del Plan Corresponsables".

LOTE: LOTE 2 ²

D./D^a., con DNI. Núm., actuando:

en nombre propio

en representación de la entidad licitadora, con CIF núm., en calidad de³

enterado de las condiciones y requisitos que se exigen para la adjudicación del contrato de arriba indicado,

Se compromete, a ejecutar el contrato en los plazos y con estricta sujeción a los requisitos exigidos en los pliegos de cláusulas administrativas particulares y técnicas aprobados por el órgano de contratación, de acuerdo con las condiciones ofertadas, para lo cual, se consignan las casillas correspondientes con los descuentos sobre tarifa oficial de los apartados A a R del epígrafe 8.B.2.1. "Proposición económica", del Lote 2

A. IP Nacional. Soportes líderes según medidores de audiencia. se valorará con **7 puntos**, distribuidos de la siguiente manera:

SOPORTE PRENSA DIGITAL: IP NACIONAL	DESCUENTO SOBRE TARIFA OFICIAL (%)	PUNTUACIÓN MÁXIMA (PM)
20 Minutos		0,55
El Confidencial		0,55
El Debate		0,22
El Español		0,55
Eldiario.es		0,55
Es.Diario		0,22
Europa Press		0,44
Grupo Prisa (El País)		0,55
Grupo Prisa (Resto de cabeceras excepto El País)		0,10
La Razón		0,44
La Vanguardia		0,44
Libertad Digital		0,22

Ok Diario		0,55
Prensa Ibérica (Resto de cabeceras excepto Córdoba, La Opinión de Málaga y El Correo de Andalucía)		0,10
The Objective		0,22
Unidad Editorial (El Mundo)		0,55
Unidad Editorial (Resto de cabeceras excepto El Mundo)		0,10
Vocento (ABC)		0,55
Vocento (Resto de cabeceras excepto ABC, Ideal, Sur, La Voz de Cádiz y Huelva24)		0,10

B. Otros soportes no recogidos en el punto anterior. Se valorará con **0,5 puntos**, distribuidos de la siguiente manera:

SOPORTE PRENSA DIGITAL: IP NACIONAL	DESCUENTO SOBRE TARIFA OFICIAL (%)	PUNTUACIÓN MÁXIMA (PM)
Otros Soportes		0,50

C. IP Regional (Andalucía)/Local. Soportes líderes regionales y locales según medidores de audiencia. Se valorará con **21 puntos**, distribuidos de la siguiente manera:

SOPORTE PRENSA DIGITAL: IP ANDALUCÍA/LOCAL	DESCUENTO SOBRE TARIFA OFICIAL (%)	PUNTUACIÓN MÁXIMA (PM)
20 Minutos		0,87
Cordópolis		0,43
Diario Jaén		0,73
El Confidencial		0,87
El Debate		0,68
El Economista		0,68
El Español		0,87
Eldiario.es		0,87
Es.Diario		0,68
Europa Press		0,73
Grupo Joly		0,87
Grupo Prisa (El País)		0,87
Grupo Prisa (Resto de la red digital de cabeceras)		0,20
Huelva Hoy		0,40
La Razón		0,73
La Vanguardia		0,68
La Voz de Almería		0,73
Libertad Digital		0,68
Ok Diario		0,87
Prensa Ibérica (Diario de Córdoba)		0,73
Prensa Ibérica (El Correo de Andalucía)		0,54
Prensa Ibérica (La Opinión de Málaga)		0,54
Prensa Ibérica (Resto de cabeceras)		0,20
Publicaciones del Sur (Andalucía Información,		0,54

Viva y resto de cabeceras)		
The Objective		0,68
Unidad Editorial (El Mundo)		0,87
Unidad Editorial (Resto de la red digital de cabeceras)		0,20
Vocento (ABC)		0,84
Vocento (Ideal)		0,84
Vocento (La Voz de Cádiz)		0,54
Vocento (Resto de cabeceras excepto ABC, Ideal, Sur y La Voz de Cádiz)		0,20
Vocento (Sur)		0,84

D. Otros soportes no recogidos en el punto anterior. Se valorará con **0,5 puntos**, distribuidos de la siguiente manera:

SOPORTE PRENSA DIGITAL: IP ANDALUCÍA/LOCAL	DESCUENTO SOBRE TARIFA OFICIAL (%)	PUNTUACIÓN MÁXIMA (PM)
Otros Soportes		0,50

En concepto de descuentos a aplicar con carácter general en la compra de espacios publicitarios en **prensa impresa** (papel) sobre tarifas oficiales vigentes:

E. Ámbito Nacional. Se valorará con **4 puntos**, distribuidos de la siguiente manera:

SOPORTE PRENSA IMPRESA (ÁMBITO NACIONAL)	DESCUENTO SOBRE TARIFA OFICIAL (%)	PUNTUACIÓN MÁXIMA (PM)
20 Minutos		0,46
Grupo Prisa (El País)		0,46
Grupo Prisa (Resto de cabeceras)		0,31
La Razón		0,46
La Vanguardia		0,46
Prensa Ibérica (Resto de cabeceras excepto Córdoba y La Opinión de Málaga)		0,31
Unidad Editorial (El Mundo)		0,46
Unidad Editorial (Resto de cabeceras)		0,31
Vocento (ABC)		0,46
Vocento (Resto de cabeceras excepto ABC, Ideal y Sur)		0,31

F. Otros soportes no recogidos en el punto anterior. Se valorará con **0,5 puntos**, distribuidos de la siguiente manera:

SOPORTE PRENSA IMPRESA (ÁMBITO NACIONAL)	DESCUENTO SOBRE TARIFA OFICIAL (%)	PUNTUACIÓN MÁXIMA (PM)
Otros Soportes		0,50

G. Ámbito Regional/Local. Se valorará con **7 puntos**, distribuidos de la siguiente manera:

SOPORTE PRENSA IMPRESA (ÁMBITO REGIONAL/LOCAL)	DESCUENTO SOBRE TARIFA OFICIAL (%)	PUNTUACIÓN MÁXIMA (PM)
20 Minutos		0,62
Diario Jaén		0,45
Grupo Joly		0,62
Grupo Prisa (El País)		0,62
La Razón		0,45
La Voz de Almería		0,45
Prensa Ibérica (Diario de Córdoba)		0,45
Prensa Ibérica (La Opinión de Málaga)		0,40
Publicaciones del Sur (Andalucía Información, Viva y resto de cabeceras)		0,40
Unidad Editorial (El Mundo)		0,62
Vocento (ABC)		0,62
Vocento (Ideal)		0,50
Vocento (La Voz de Cádiz)		0,30
Vocento (Sur)		0,50

H. Otros soportes no recogidos en el punto anterior. Se valorará con **0,5 puntos**, distribuidos de la siguiente manera:

SOPORTE PRENSA IMPRESA (ÁMBITO REGIONAL/LOCAL)	DESCUENTO SOBRE TARIFA OFICIAL (%)	PUNTUACIÓN MÁXIMA (PM)
Otros Soportes		0,50

En concepto de descuentos a aplicar con carácter general en la compra de espacios publicitarios en emisoras de radio FM (servicios de comunicación audiovisual radiofónicos en frecuencia modulada) sobre tarifas oficiales vigentes:

I. Ámbito Nacional. Se valorará con **2,5 puntos**, distribuidos de la siguiente manera:

EMISORA (ÁMBITO NACIONAL)	DESCUENTO SOBRE TARIFA OFICIAL (%)	PUNTUACIÓN MÁXIMA (PM)
Atresmedia (Onda Cero)		0,36
Atresmedia (Resto de emisoras)		0,20
COPE (Cadena Cope)		0,48
COPE (Resto de Emisoras)		0,20
EsRadio		0,31
Grupo Prisa (Cadena Ser)		0,48
Grupo Prisa (Resto de emisoras)		0,20
Kiss FM		0,27

J. Otros soportes no recogidos en el punto anterior. Se valorará con **0,5 puntos**, distribuidos de la siguiente manera:

EMISORA (ÁMBITO NACIONAL)	DESCUENTO SOBRE TARIFA OFICIAL (%)	PUNTUACIÓN MÁXIMA (PM)
Otros Soportes		0,50

K. Ámbito Regional: Se valorará con **10 puntos** distribuidos de la siguiente manera:

EMISORA (ÁMBITO REGIONAL)	DESCUENTO SOBRE TARIFA OFICIAL (%)	PUNTUACIÓN MÁXIMA (PM)
Atresmedia (Onda Cero)		1,50
Atresmedia (Resto de emisoras)		0,20
COPE (Cadena Cope)		2,15
COPE (Resto de Emisoras)		0,20
EMA RTV		0,40
EsRadio		0,50
Grupo Prisa (Cadena Ser)		2,15
Grupo Prisa (Resto de emisoras)		0,20
Kiss FM		1,00
RTVA (Canal Sur Radio)		1,50
RTVA (Resto de emisoras)		0,20

L. Otros soportes no recogidos en el punto anterior. Se valorará con **0,5 puntos**, distribuidos de la siguiente manera:

EMISORA (ÁMBITO REGIONAL)	DESCUENTO SOBRE TARIFA OFICIAL (%)	PUNTUACIÓN MÁXIMA (PM)
Otros Soportes		0,50

M. Ámbito Local: Se valorará con **5 puntos** distribuidos de la siguiente manera:

EMISORA (ÁMBITO LOCAL)	DESCUENTO SOBRE TARIFA OFICIAL (%)	PUNTUACIÓN MÁXIMA (PM)
Atresmedia (Onda Cero)		0,55
Atresmedia (Resto de emisoras)		0,20
COPE (Cadena Cope)		1,00
COPE (Resto de Emisoras)		0,20
EMA RTV		0,30
EsRadio		0,35
Grupo Prisa (Cadena Ser)		1,00
Grupo Prisa (Resto de emisoras)		0,20
Kiss FM		0,45
RTVA (Canal Sur Radio)		0,55
RTVA (Resto de emisoras)		0,20

N. Otros soportes no recogidos en el punto anterior. Se valorará con **0,5 puntos**, distribuidos de la siguiente manera:

EMISORA (ÁMBITO LOCAL)	DESCUENTO SOBRE TARIFA OFICIAL (%)	PUNTUACIÓN MÁXIMA (PM)
Otros Soportes		0,50

En concepto de descuentos a aplicar con carácter general en la compra de espacios publicitarios en **emisoras de televisión** sobre tarifas oficiales vigentes:

O. Ámbito Nacional. Se valorará con **2 puntos**, distribuidos de la siguiente manera:

Soportes Televisión Nacional	Descuento sobre tarifa oficial (%)	PUNTUACIÓN MÁXIMA (PM)
Atresmedia (Antena 3)		0,65
Atresmedia (Resto de emisoras)		0,35
Mediaset (Telecinco)		0,65
Mediaset (Resto de emisoras)		0,35

P. Otros soportes no recogidos en el punto anterior. Se valorará con **0,5 puntos**, distribuidos de la siguiente manera:

Soportes Televisión Nacional	Descuento sobre tarifa oficial (%)	PUNTUACIÓN MÁXIMA (PM)
Otros Soportes		0,50

Q. Ámbito Regional. Se valorará con **3 puntos**, distribuidos de la siguiente manera:

Soportes Televisión Regional/Local	Descuento sobre tarifa oficial (%)	PUNTUACIÓN MÁXIMA (PM)
101 TV		0,40
7TV Andalucía		0,60
Canal Sur Televisión		1,40
Grupo Azahara		0,20
PTV		0,40

R. Otros soportes no recogidos en el punto anterior. Se valorará con **0,5 puntos**, distribuidos de la siguiente manera:

Soportes Televisión Regional/Local	DESCUENTO SOBRE TARIFA OFICIAL (%)	PUNTUACIÓN MÁXIMA (PM)
Otros Soportes		0,50

Lugar, fecha, firma)

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.

En caso de discordancia entre la cantidad consignada en cifras y la consignada en letra, prevalecerá ésta última. No se aceptarán aquellas proposiciones que tengan omisiones, errores o tachaduras que impidan conocer claramente todo aquello que la Administración estime fundamental para la oferta.

ANEXO V-C
MODELO DE PROPOSICIÓN ECONÓMICA
(SOBRE ELECTRÓNICO N° 3 ⁴)

Expediente: 100/2024

Título: "Prestación de servicios de planificación, creatividad, diseño, y compra de espacios publicitarios para la campaña de sensibilización en materia de conciliación y corresponsabilidad en el marco del Plan Corresponsables".

LOTE: LOTE 3 ⁵

D./D^a., con DNI. Núm., actuando:

en nombre propio

en representación de la entidad licitadora, con CIF núm., en calidad de ⁶

enterado de las condiciones y requisitos que se exigen para la adjudicación del contrato de arriba indicado:

Se comprometo, a ejecutar el contrato en los plazos y con estricta sujeción a los requisitos exigidos en los pliegos de cláusulas administrativas particulares y técnicas aprobados por el órgano de contratación, de acuerdo con las condiciones ofertadas, para lo cual, se consignan las casillas correspondientes con las ofertas de costes netos con carácter general, costes por mil impactos, y comisión por tramitación de agencia a los que hace referencia los apartados A, B, C y D del epígrafe 8.B.3.1. "Proposición económica", del Lote 3.

A. En concepto de costes netos con carácter general en la compra de espacios publicitarios en el medio exterior: se valorará con **60 puntos**, distribuidos de la siguiente manera:

(Advertencia: los COSTES NETOS/UNIDAD ofertados deberán ser un valor superior a cero (0) con dos decimales. En el caso de que en alguno de los COSTES NETOS/UNIDAD se oferte un valor igual o inferior a cero (0), se tomará como valor mínimo admisible el valor 0,01.

La no inclusión en la oferta (o no consignación) de la casilla de COSTES NETOS/UNIDAD para cada uno de los soportes a los que se hace referencia en este apartado, conllevará su valoración con puntuación 0 en el correspondiente soporte.

Soporte	Coste neto/unidad ofertado (en euros y excluido IVA)	PUNTUACIÓN MÁXIMA
Fijación. Mupi estándar (1,76x1,20). Poblaciones de más de 500.000 habitantes. 1 semana.		4
Fijación. Mupi estándar (1,76x1,20). Poblaciones de		3

4

5

6

entre 150.000 y 499.999 habitantes. 1 semana.		
Fijación. Mupi estándar (1,76x1,20). Poblaciones de entre 100.000 y 149.999 habitantes. 1 semana.		3
Fijación. Mupi estándar (1,76x1,20). Poblaciones de entre 50.000 y 99.999 habitantes. 1 semana.		3
Fijación. Mupi estándar (1,76x1,20). Poblaciones de menos de 49.999 habitantes. 1 semana.		2
Fijación. Vallas papel estándar (3x8). Poblaciones de más de 500.000 habitantes y sus áreas metropolitanas. 1 catorcena.		4
Fijación. Vallas papel estándar (3x8). Poblaciones de entre 150.000 y 499.999 habitantes. 1 catorcena.		3
Fijación. Vallas papel estándar (3x8). Poblaciones de entre 100.000 y 149.999 habitantes. 1 catorcena.		3
Fijación. Vallas papel estándar (3x8). Poblaciones de entre 50.000 y 99.999 habitantes. 1 catorcena.		2
Fijación. Vallas papel estándar (3x8). Poblaciones de menos de 49.999 habitantes. 1 catorcena.		2
Autobuses. Trasera integral + Lateral gran formato. Poblaciones de más de 500.000 habitantes. Producción + Fijación 1 mes.		4
Autobuses. Trasera integral + Lateral gran formato. Poblaciones de entre 100.000 y 499.999 habitantes. Producción + Fijación 1 mes.		3
Autobuses. Trasera integral + Lateral gran formato. Líneas interurbanas. Producción + Fijación 1 mes.		2
Producción mupis estándar. De 0 a 400 unidades.		4
Producción mupis estándar. De 401 en adelante unidades.		4
Producción vallas estándar. De 0 a 400 unidades.		4
Producción vallas estándar. De 401 en adelante unidades.		4
Tranvía urbano. Vinilado integral. Producción + Fijación 1 mes		3
Mupis digitales. Emisión 1 semana		3

Nota 1: Son Áreas metropolitanas las definidas como tales en el Plan de Ordenación del Territorio de Andalucía (POTA), aprobado por el Decreto 206/2006, de 28 de noviembre.

Nota 2: En el caso de Fijación de Vallas papel estándar (3x8) en un municipio incluido en el área metropolitana de una población de más de 500.000 habitantes, se aplicará el coste neto/unidad ofertado para “Poblaciones de más de 500.000 habitantes y sus áreas metropolitana”, independientemente de los habitantes del municipio en cuestión.

Nota 3: Se entenderán como mupis los formatos estandarizados de 1,76 x 1,20 m. que pueden encontrarse situados en paradas de autobuses urbanos e interurbanos, exentos en la vía pública, estaciones de tren o de metro, aeropuertos, grandes superficies o cualquier otro emplazamiento.

B. En concepto de COSTE POR MIL IMPACTOS (CPM) en la compra de espacios publicitarios en CINE: se valorará con **5 puntos**, distribuidos de la siguiente manera:

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

La no inclusión en la oferta de uno o más de los COSTES POR MIL IMPACTOS (CPM) a los que se hace referencia en este apartado, conllevará a la no valoración de la puntuación que tuviera asignada el correspondiente soporte.

Soporte	CPM ofertado (en euros y excluido IVA)	PUNTUACIÓN MÁXIMA
Salas de cine en poblaciones de más de 500.000 habitantes y sus áreas metropolitanas.		3
Salas de cine en poblaciones de hasta 499.999 habitantes.		2

Nota 1: Los impactos contratados durante la ejecución del contrato se cotejarán mediante la presentación de partes de taquilla por parte de los exclusivistas del medio.

Nota 2: Son Áreas metropolitanas las definidas como tales en el Plan de Ordenación del Territorio de Andalucía (POTA), aprobado por el Decreto 206/2006, de 28 de noviembre.

Nota 3: En el caso de salas ubicadas en un municipio incluido en el área metropolitana de una población de más de 500.000 habitantes, se aplicará el coste neto/unidad ofertado para “Poblaciones de más de 500.000 habitantes y sus áreas metropolitana”, independientemente de los habitantes del municipio en cuestión.

C. Comisión por tramitación de agencia para todas aquellas inserciones en formatos/soportes descritos en los dos puntos anteriores, a las que se aplica el coste neto ofertado. Se valorará con **4 puntos**.

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

- Comisión del 7,01% o superior: 0 puntos.
- Comisión entre un 3,51% y un 7,00%: 2 puntos.
- Comisión del 3,50% o inferior: 4 puntos.

Por tanto, aquellas ofertas que sitúen este parámetro en un 3,49% o inferior, no obtendrán mayor ponderación del máximo en este punto, además de estar a lo dispuesto en el apartado 8 del Anexo I del presente pliego.

D. Comisión por tramitación de agencia para aquella inserción puntual en un soporte o formato no recogido en ninguno de los apartados anteriores, a la que se aplica el coste neto aprobado. Se valorará con **1 punto**.

(Lugar, fecha, firma)

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 aquéllas cuyo importe sea superior al presupuesto de licitación.

ANEXO V-D
MODELO DE PROPOSICIÓN ECONÓMICA
(SOBRE ELECTRÓNICO Nº 3 ⁷⁾)

Expediente: 100/2024

Título: "Prestación de servicios de planificación, creatividad, diseño, y compra de espacios publicitarios para la campaña de sensibilización en materia de conciliación y corresponsabilidad en el marco del Plan Corresponsables".

LOTE: LOTE 4 ⁸

D./D^a., con DNI. Núm., actuando:

en nombre propio

en representación de la entidad licitadora, con CIF núm., en calidad de ⁹

enterado de las condiciones y requisitos que se exigen para la adjudicación del contrato de arriba indicado:

Se compromete, a ejecutar el contrato en los plazos y con estricta sujeción a los requisitos exigidos en los pliegos de cláusulas administrativas particulares y técnicas aprobados por el órgano de contratación, de acuerdo con las condiciones ofertadas, para lo cual, se consignan las casillas correspondientes CPM, CPC, y CPV con las ofertas de costes netos, y comisión por tramitación de agencia de los apartados y franjas señaladas en los apartados A y B del epígrafe 8.B.4.1. "Proposición económica", del Lote 4 .

A. En concepto de costes netos con carácter general en la compra de espacios publicitarios en el medio redes sociales: se valorará con **65 puntos**, distribuido de la siguiente manera:

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

La no inclusión en la oferta (o no consignación) de las casillas CPC, CPM o CPV a los que se hace referencia en este apartado, conllevará su valoración con puntuación 0 en el correspondiente soporte-ámbito-target.

7

8

9

Soporte	Ámbito	Target	Denominación target red	CPC ¹⁰	Puntuac Máx (PM) ¹¹	CPM ¹²	Puntuac Máx (PM) ¹³	CPV ¹⁴	Puntuación Máx (PM) ¹⁵
Facebook e Instagram	Regional	Total Individuos	Total Individuos		0,90		0,90		0,90
Facebook e Instagram	Local	Total Individuos	Total Individuos		0,35		0,35		0,35
Facebook e Instagram	Regional	Pymes. Directivos y mandos de empresas hasta 50 empleados	pequeños empresarios		0,65		0,65		0,65
Facebook e Instagram	Local	Pymes. Directivos y mandos de empresas hasta 50 empleados	pequeños empresarios		0,20		0,20		0,20
Facebook e Instagram	Regional	Jóvenes. Individuos 14-29 años	Jóvenes. Individuos 14-29 años		0,65		0,65		0,65
Facebook e Instagram	Local	Jóvenes. Individuos 14-29 años	Jóvenes. Individuos 14-29 años		0,20		0,20		0,20
Facebook e Instagram	Regional	Ámbito Cultural	Cultura. Arte		0,65		0,65		0,65
Facebook e Instagram	Local	Ámbito Cultural	Cultura. Arte		0,20		0,20		0,20
Facebook e Instagram	Regional	Ámbito Naturaleza /Medio Ambiente	Medio ambiente y naturaleza		0,65		0,65		0,65
Facebook e Instagram	Local	Ámbito Naturaleza /Medio Ambiente	Medio ambiente y naturaleza		0,20		0,20		0,20
Facebook e Instagram	Regional	Familias (campañas de escolarización, inicio curso escolar...)	Padres con hijos adolescentes (13-17 años) Padres con hijos edad pre-escolar (3-5 años) Padres con hijos edad escolar (6-8 años)		0,60		0,60		0,60
Facebook e Instagram	Local	Familias (campañas de escolarización, inicio curso escolar...)	Padres con hijos adolescentes (de 13-17 años) Padres con hijos edad pre-		0,20		0,20		0,20

10 CPC (ofertado en euros y excluido en IVA).

11 Factor de Ponderación (objetivo campaña: trafico).

12 CPM ofertado (en euros y excluido IVA).

13 Factor de Ponderación (objetivo campaña: alcance / notoriedad).

14 CPV (ofertado en euros y excluido IVA).

15 Factor de Ponderación (objetivo de campaña: visualizaciones)

			escolar (3-5 años) Padres con hijos en edad escolar (6-8 años)					
Facebook e Instagram	Regional	Ámbito sanitario	Servicios de asistencia médica y sanitaria		0,55		0,55	0,55
Facebook e Instagram	Local	Ámbito sanitario	Servicios de asistencia médica y sanitaria		0,20		0,20	0,20
LinkedIn	Regional	Total Individuos	Total Individuos		0,35		0,35	0,35
LinkedIn	Local	Total Individuos	Total Individuos		0,35		0,35	0,35
LinkedIn	Regional	Pymes. Directivos y mandos de empresas hasta 50 empleados	Pymes. Directivos y mandos de empresas hasta 50 empleados		0,35		0,35	0,35
LinkedIn	Local	Pymes. Directivos y mandos de empresas hasta 50 empleados	Pymes. Directivos y mandos de empresas hasta 50 empleados		0,20		0,20	0,20
LinkedIn	Regional	Jóvenes. Individuos 14-29 años	"Segmentación por rangos de edad: 18-24 25-34"		0,35		0,35	0,35
LinkedIn	Local	Jóvenes. Individuos 14-29 años	"Segmentacion por rangos de edad: 18-24 25-34"		0,20		0,20	0,20
LinkedIn	Regional	Ámbito Cultural			0,35		0,35	0,35
LinkedIn	Local	Ámbito Cultural			0,20		0,20	0,20
LinkedIn	Regional	Ámbito Naturaleza/Medio Ambiente			0,35		0,35	0,35
LinkedIn	Local	Ámbito Naturaleza/Medio Ambiente			0,20		0,20	0,20
LinkedIn	Regional	Familias (campañas de escolarización, inicio curso escolar...)			0,35		0,35	0,35
LinkedIn	Local	Familias (campañas de escolarización, inicio curso)			0,20		0,20	0,20

		escolar...)						
LinkedIn	Regional	Ámbito sanitario (por razones evidentes en los últimos 2 años)	Profesionales sanitarios		0,35		0,35	0,35
LinkedIn	Local	Ámbito sanitario (por razones evidentes en los últimos 2 años)	Profesionales sanitarios		0,20		0,20	0,20
Twitter	Regional	Total Individuos	Total Individuos		0,60		0,60	0,60
Twitter	Local	Total Individuos	Total Individuos		0,35		0,35	0,35
Twitter	Regional	Pymes. Directivos y mandos de empresas hasta 50 empleados			0,65		0,65	0,65
Twitter	Local	Pymes. Directivos y mandos de empresas hasta 50 empleados			0,20		0,20	0,20
Twitter	Regional	Jóvenes. Individuos 14-29 años	"Rangos disponibles mas cercanos: De 13 a 34 años De 18 a 34 años De 13-24 años De 18 a 24 años"		0,65		0,65	0,65
Twitter	Local	Jóvenes. Individuos 14-29 años	"Rangos disponibles mas cercanos: De 13 a 34 años De 18 a 34 años De 13-24 años De 18 a 24 años"		0,20		0,20	0,20
Twitter	Regional	Ámbito Cultural	Interesado en contenido Cultural		0,65		0,65	0,65
Twitter	Local	Ámbito Cultural	Interesado en contenido Cultural		0,20		0,20	0,20
Twitter	Regional	Ámbito Naturaleza/ Medio Ambiente	Interesado en contenido de naturaleza / Medio Ambiente		0,55		0,55	0,55
Twitter	Local	Ámbito Naturaleza/ Medio Ambiente	Interesado en contenido de naturaleza / Medio Ambiente		0,20		0,20	0,20
Twitter	Regional	Familias (campañas de escolarización , inicio curso escolar...)	"Familia y crianza de los hijos — Padres de niños de primaria		0,65		0,65	0,65

			Familia y crianza de los hijos – Guardería y preescolar Familia y crianza de los hijos – Bebés y niños pequeños"					
Twitter	Local	Familias (campañas de escolarización , inicio curso escolar...)	"Familia y crianza de los hijos – Padres de niños de primaria Familia y crianza de los hijos – Guardería y preescolar Familia y crianza de los hijos – Bebés y niños pequeños"		0,20		0,20	0,20
Twitter	Regional	Ámbito sanitario (por razones evidentes en los últimos 2 años)			0,55		0,55	0,55
Twitter	Local	Ámbito sanitario (por razones evidentes en los últimos 2 años)			0,20		0,20	0,20
TikTok	Regional	Total Individuos	Total Individuos		0,25		0,25	0,25
TikTok	Local	Total Individuos	Total Individuos		0,15		0,15	0,15
TikTok	Regional	Pymes. Directivos y mandos de empresas hasta 50 empleados			0,25		0,25	0,25
TikTok	Local	Pymes. Directivos y mandos de empresas hasta 50 empleados			0,15		0,15	0,15
TikTok	Regional	Jóvenes. Individuos 14-29 años	"Rangos disponibles: 13-17 18.24 25-34"		0,25		0,25	0,25
TikTok	Local	Jóvenes. Individuos 14-29 años	Rangos disponibles: 13-17 18.24 25-34		0,15		0,15	0,15

TikTok	Regional	Ámbito Cultural			0,25		0,25		0,25
TikTok	Local	Ámbito Cultural			0,15		0,15		0,15
TikTok	Regional	Ámbito Naturaleza/Medio Ambiente			0,25		0,25		0,25
TikTok	Local	Ámbito Naturaleza/Medio Ambiente			0,15		0,15		0,15
TikTok	Regional	Familias (campañas de escolarización, inicio curso escolar...)	Baby, Kids & Maternity		0,25		0,25		0,25
TikTok	Local	Familias (campañas de escolarización, inicio curso escolar...)	Baby, Kids & Maternity		0,15		0,15		0,15
TikTok	Regional	Ámbito sanitario (por razones evidentes en los últimos 2 años)			0,25		0,25		0,25
TikTok	Local	Ámbito sanitario (por razones evidentes en los últimos 2 años)			0,15		0,15		0,15
Youtube	Regional	Total Individuos	Total Individuos		X (No rellenar)		X (No rellenar)		0,55
Youtube	Local	Total Individuos	Total Individuos		X (No rellenar)		X (No rellenar)		0,20
Youtube	Regional	Pymes. Directivos y mandos de empresas hasta 50 empleados			X (No rellenar)		X (No rellenar)		0,55
Youtube	Local	Pymes. Directivos y mandos de empresas hasta 50 empleados			X (No rellenar)		X (No rellenar)		0,20
Youtube	Regional	Jóvenes. Individuos 14-29 años	"Rangos de edad disponibles: (seleccionables varios) 18-24 25-34"		X (No rellenar)		X (No rellenar)		0,55
Youtube	Local	Jóvenes. Individuos 14-	Rangos de edad disponibles:		X (No rellenar)		X (No rellenar)		0,20

		29 años	(seleccionables varios) 18-24 25-34					
Youtube	Regional	Ámbito Cultural	Sistemas de gestion ambiental, informacion sobre medio ambiente..		X (No rellenar)		X (No rellenar)	0,55
Youtube	Local	Ámbito Cultural	Sistemas de gestion ambiental, informacion sobre medio ambiente.		X (No rellenar)		X (No rellenar)	0,20
Youtube	Regional	Ámbito Naturaleza/Medio Ambiente	Medio ambiente		X (No rellenar)		X (No rellenar)	0,55
Youtube	Local	Ámbito Naturaleza/Medio Ambiente	Medio ambiente		X (No rellenar)		X (No rellenar)	0,20
Youtube	Regional	Familias (campañas de escolarización , inicio curso escolar...)	"Con hijos en edad pre-escolar (4-5 años) Con hijos en educacion primaria (6-12 años) Con hijos adolescentes (13-17 años)"		X (No rellenar)		X (No rellenar)	0,55
Youtube	Local	Familias (campañas de escolarización , inicio curso escolar...)	Con hijos en edad pre-escolar (4-5 años) Con hijos en educacion primaria (6-12 años) Con hijos adolescentes (13-17 años)		X (No rellenar)		X (No rellenar)	0,55
Youtube	Regional	Ámbito sanitario (por razones evidentes en los últimos 2 años)	Sector sanitario		X (No rellenar)		X (No rellenar)	0,35
Youtube	Local	Ámbito sanitario (por razones evidentes en los últimos 2 años)	Sector sanitario		X (No rellenar)		X (No rellenar)	0,20
Twitch (amazon DSP)	Regional	Total Individuos	Total Individuos		X (No rellenar)		0,25	X (No rellenar)
Twitch	Local	Total	Total Individuos		X (No rellenar)		0,15	X (No rellenar)

(amazon DSP)		Individuos			<i>rellenar</i>			
Twitch (amazon DSP)	Regional	Pymes. Directivos y mandos de empresas hasta 50 empleados	"Cuentas de Amazon Business que tienen entre 11 y 50 empleados Cuentas de Amazon Business que tienen entre 1 y 10 empleados Clientes que probablemente sean propietarios de negocios basados en el registro de la Tarjeta de crédito corporativa en sus cuentas de clientes o empresa."		X (No rellenar)		0,15	X (No rellenar)
Twitch (amazon DSP)	Local	Pymes. Directivos y mandos de empresas hasta 50 empleados	"Cuentas de Amazon Business que tienen entre 11 y 50 empleados Cuentas de Amazon Business que tienen entre 1 y 10 empleados Clientes que probablemente sean propietarios de negocios basados en el registro de la Tarjeta de crédito corporativa en sus cuentas de clientes o empresa."		X (No rellenar)		0,05	X (No rellenar)
Twitch (amazon DSP)	Regional	Jóvenes. Individuos 14-29 años	Rangos de edad disponibles 18-24,25-34		X (No rellenar)		0,25	X (No rellenar)
Twitch (amazon DSP)	Local	Jóvenes. Individuos 14-29 años	Rangos de edad disponibles 18-24,25-34		X (No rellenar)		0,15	X (No rellenar)
Twitch (amazon DSP)	Regional	Ámbito Cultural	Personas cuyos intereses de compras indican un estilo de vida similar a los Arte cultura y Cine		X (No rellenar)		0,20	X (No rellenar)
Twitch (amazon DSP)	Local	Ámbito Cultural	Personas cuyos intereses de compras indican		X (No rellenar)		0,15	X (No rellenar)

			un estilo de vida similar a los Arte cultura y Cine					
Twitch (amazon DSP)	Regional	Ámbito Naturaleza/Medio Ambiente	Respetuosos con el medio ambiente		X (No rellenar)		0,25	X (No rellenar)
Twitch (amazon DSP)	Local	Ámbito Naturaleza/Medio Ambiente	Respetuosos con el medio ambiente		X (No rellenar)		0,15	X (No rellenar)
Twitch (amazon DSP)	Regional	Familias (campañas de escolarización , inicio curso escolar...)	"Personas cuyos intereses de compras indican un estilo de vida similar a los Padres o gente con niños Padres o gente con niños desde 3 hasta 4 años Padres o gente con niños desde 5 hasta 7 años Padres o gente con niños desde 8 hasta 11 años"		X (No rellenar)		0,25	X (No rellenar)
Twitch (amazon DSP)	Local	Familias (campañas de escolarización , inicio curso escolar...)	"Personas cuyos intereses de compras indican un estilo de vida similar a los Padres o gente con niños Padres o gente con niños desde 3 hasta 4 años Padres o gente con niños desde 5 hasta 7 años Padres o gente con niños desde 8 hasta 11 años"		X (No rellenar)		0,15	X (No rellenar)
Twitch (amazon DSP)	Regional	Ámbito sanitario (por razones evidentes en los últimos 2 años)	Salud y cuidado personal		X (No rellenar)		0,25	X (No rellenar)
Twitch (amazon DSP)	Local	Ámbito sanitario (por razones evidentes en los últimos 2 años)	Salud y cuidado personal		X (No rellenar)		0,15	X (No rellenar)
Otros (Video Online)	Regional	Total Individuos	Total Individuos		X (No rellenar)		X (No rellenar)	0,20
Otros (Video Online)	Local	Total Individuos	Total Individuos		X (No rellenar)		X (No rellenar)	0,20

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

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

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

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

(Lugar, fecha, firma)

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.
