UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural

Junta de Andalucía

INFORME TÉCNICO RELATIVO A LA JUSTIFICACIÓN DEL VALOR ANORMALMENTE BAJO DE LA OFERTA PRESENTADA POR LAS EMPRESAS NF AGENCIA DE MEDIOS INDEPENDIENTE, S.L.U Y DE IKI MEDIA SOLUTIONS, S.L.., CORRESPONDIENTE AL CONTRATO BASADO PARA LA CAMPAÑA DE INFORMACIÓN Y DIVULGACIÓN PARA EL FOMENTO DE LA CONTRATACIÓN DE SEGUROS AGRARIOS COMBINADOS 2024-2025 A TRAVÉS DE REDES SOCIALES Y PLATAFORMAS DIGITALES. CONTR 2024 550601

ACUERDO MARCO DE REFERENCIA: CONTR 2021 57177- LOTE 3: LOTE 2022 1535

Europa invierte en las zonas rurales

1. ANTECEDENTES

Con fecha de 2 de septiembre de 2024, el Departamento de Promoción (en adelante, el Departamento) tiene acceso a la documentación aportada por la empresa NF AGENCIA DE MEDIOS INDEPENDIENTE, S.L.U al objeto de aclarar la justificación de las ofertas anormalmente baja presentadas para la contratación de referencia el pasado 19 de agosto de 2024, tras observar deficiencias en la misma.

2. OBJETO

El objeto del presente documento es valorar si el informe de justificación de oferta presentada por NF AGENCIA DE MEDIOS INDEPENDIENTE, S.L.U y su posterior aclaración, justifican suficientemente, desde el punto de vista técnico, la correcta ejecución material de los trabajos a realizar y servicios a contratar por el precio ofertado por la empresa.

3. ANÁLISIS DEL INFORME DE JUSTIFICACIÓN PRESENTADO

3.1 Licitador NF AGENCIA DE MEDIOS INDEPENDIENTE, S.L.U

3.1.1 Alegaciones NF AGENCIA DE MEDIOS INDEPENDIENTE, S.L.U

- Antes de entrar en las justificaciones materiales, argumentos y explicaciones de su oferta, recuerda, utilizando diferente doctrina jurisprudencial así como de Tribunales Contractuales que el hecho de que una oferta se encuentre en presunción de anormalidad constituye un mero indicio, y que no se trata de justificar exhaustivamente la oferta desproporcionada, sino de dar explicaciones que justifiquen de forma satisfactoria el citado bajo nivel de precios o de costes propuestos, y por tanto, despejen la presunción inicial de anormalidad de la baja ofertada, de forma que permitan al órgano de contratación llegar a la convicción de que se puede cumplir anormalmente la oferta en sus propios términos.

- Afirma que su oferta no altera la competencia ni incurre en prácticas restrictivas de la misma, especialmente en este caso, por el porcentaje no muy elevado que hace que su oferta incurra en presunción de anormalidad.

- Asimismo, NF AGENCIA DE MEDIOS INDEPENDIENTE, S.L.U. asegura que “es una empresa de dilatada trayectoria en contratos como el del expediente que nos ocupa, lo que determina a su favor una experiencia

Es copia auténtica de documento electrónico

Puede verificar la integridad de una copia de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma indicando el código de VERIFICACIÓN			
FIRMADO POR	GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS	02/09/2024	
	MARIA GENMA RUBIO ESTRADA		
VERIFICACIÓN	Pk2jmNB3P24DBR2DPNVYU5WBVH8RS5	PÁG. 1/3	

más que contrastada para este tipo de contratos, lo cual a su vez se refleja en la posibilidad de ofertar cantidades más ajustadas que otras empresas, al disponer de un conocimiento más exacto, completo e íntegro de las funciones a realizar.

- Expone que tienen capacidad para asumir la ejecución de la licitación puesto que además de cumplir estrictamente en su planteamiento las especificaciones estipuladas en el PPT para la ejecución del plan de medios propuesto, adicionalmente y con arreglo al artículo 149.4 de la Ley 9/2017 del 8 de noviembre de Contratos del Sector Público, reúnen los siguientes valores para el óptimo desarrollo del plan:

A.- Para justificar el ahorro que permite los servicios prestados, NF AGENCIA DE MEDIOS INDEPENDIENTE , S.L.U. explica el plan de fomento de teletrabajo que tienen implementado, y el gran volumen de negocio con el que cuenta la empresa.

B.- Como soluciones técnicas adoptadas y condiciones excepcionalmente favorables, NF AGENCIA DE MEDIOS INDEPENDIENTE, S.L.U. expone su procedimiento de trabajo adaptado a nuevas tecnologías, su equipo de dilatada experiencia dentro de la planificación y ejecución de planes de medios a diferente escala geográfica, incluida la local e hiper local, así como describen las fuentes y herramientas específicas del sector empleadas en todos sus proyectos.

C.- Dentro de la Innovación y originalidad de las soluciones propuestas, la licitadora asegura que posee una dilatada experiencia de trabajo en la ejecución de proyectos similares para diferentes administraciones públicas de la región de Andalucía, realizados durante los tres últimos años, lo que les otorga una visión transversal, más amplia y elevada, que da lugar a estrategias de planificación con un elevado componente innovador (incluyendo una visión 360 on/off line) lo que redunda en una alta eficacia en las soluciones y planes propuestos.
Además, aseguran que dado su posicionamiento comercial de liderazgo dentro del mercado publicitario del sur de España, cuentan con una amplia trayectoria de negociación, cursado y capacidad de compra de campañas similares.

D.- Respeto de obligaciones aplicables en materia medioambiental, social, laboral o de subcontratación, la licitadora dispone de un plan de gestión medioambiental para minimizar el impacto contaminante, así como políticas en responsabilidad social, y declara que cumple y mejora las condiciones laborales establecidas en convenio, ofreciendo a su personal facilidades respecto a la conciliación corresponsable entre la vida personal y laboral.

- Por todas estas cuestiones NF AGENCIA DE MEDIOS INDEPENDIENTE, S.L.U se reafirma en el compromiso de llevar a cabo la ejecución de los servicios prestados de compra de espacios en redes sociales y plataformas digitales, así como seguimiento y control de la ejecución por el coste neto ofertado en cada soporte.

3.1.2 Estudio y valoración de las argumentaciones presentadas por el licitador.

- Las alegaciones realizadas por NF AGENCIA DE MEDIOS INDEPENDIENTE, S.L.U relativas a la solvencia técnica y económica son aspectos ya valorados como criterios de solvencia económica, financiera y técnica en el procedimiento de adjudicación del Acuerdo Marco en el que se incluye el presente contrato Basado. Además, los datos referidos al volumen de inversión en compra de medios no se traduce propiamente en una fortaleza y capacidad para conseguir mejores acuerdos en la compra de publicidad en redes sociales, ya que estas plataforma funcionan como un sistema de pujas donde poco importa el importe invertido previamente por la

Es copia auténtica de documento electrónico

Puede verificar la integridad de una copia de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma indicando el código de VERIFICACIÓN

FIRMADO POR	GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS	02/09/2024
	MARIA GENMA RUBIO ESTRADA	
VERIFICACIÓN	Pk2jmNB3P24DBR2DPNVYU5WBVH8RS5	PÁG. 2/3

agencia en otras campañas, ni existen negociaciones previas con estos soportes que se traduzcan en costes más competitivos para beneficio de clientes y anunciantes.

No obstante, de la dilatada experiencia demostrada por la licitadora y del volumen de inversión destinado a medios exclusivamente digitales se desprende el conocimiento completo y exacto que posee NF AGENCIA DE MEDIOS INDEPENDIENTE, S.L.U en todo lo referente a la compra de publicidad en redes sociales, a la planificación y la puesta en marcha de campañas digitales, al trabajo diario necesario para maximizar los resultados de las campañas que planifican y con ello ofrecer unos costes muy favorables.
Además, aseguran que el elevado volumen de negocio de la agencia ocasiona que para lograr una oferta competitiva imputen el total de costes estructurales, generales y directos a su amplia cartera de anunciantes privados; por lo que dichos costes no tienen incidencia alguna en el precio final ofertado para la presente licitación.

- En lo que respecta a su oferta, los costes por mil impresiones ofertados en la misma vienen determinados por la valoración del CPM en cada medio realizada por su equipo de Planificación Digital en base al análisis de campañas de similar alcance, periodicidad y ámbito geográfico planificadas y ejecutadas por parte de NF Media recientemente.

- Respecto al a la trayectoria que la licitadora declara tener en negociación, cursado y capacidad de compra de campañas similares tampoco es pertinente en el contrato que nos ocupa, ya que en el caso de las Redes Sociales los acuerdos y alianzas con medios regionales y nacionales que NF AGENCIA DE MEDIOS INDEPENDIENTE mantiene en los últimos años, no afectan a las plataformas sociales y por tanto no suponen una ventaja competitiva y mejor posicionamiento respecto a precios.

- NF AGENCIA DE MEDIOS INDEPENDIENTE, S.L.U dispone de un procedimiento de trabajo adaptado a nuevas tecnologías y un equipo de dilatada experiencia dentro de la planificación y ejecución de planes de medios digitales a diferente escala geográfica. Asimismo, disponen de fuentes y herramientas específicas del sector empleadas en todos sus proyectos que permiten optimizar y maximizar resultados.

4. CONCLUSIÓN

En base a todo lo expuesto en el presente informe, se considera que:

- Las alegaciones aportadas por NF AGENCIA DE MEDIOS INDEPENDIENTE, S.LU. JUSTIFICAN suficientemente los bajos costes de la oferta presentada.

TÉCNICA DEL DEPARTAMENTO DE PROMOCIÓN	JEFA DEL SERVICIO DE PROMOCIÓN, CALIDAD Y ESTRATEGIA
Fdo: Gema Rubio Estrada	Fdo: Gema Enriquez San Nicolás

Es copia auténtica de documento electrónico

Puede verificar la integridad de una copia de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma indicando el código de VERIFICACIÓN		
FIRMADO POR	GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS	02/09/2024
	MARIA GENMA RUBIO ESTRADA	
VERIFICACIÓN	Pk2jmNB3P24DBR2DPNVYU5WBVH8RS5	PÁG. 3/3