UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural

Junta de Andalucía

RESOLUCIÓN DE DESISTIMIENTO

TIPO DE CONTRATO: CONTRATO BASADO EN ACUERDO MARCO CON SEGUNDA LICITACIÓN
N.º DE EXPEDIENTE: CONTR 2024 980508

PRESUPUESTO DE LICITACIÓN: OCHO MIL DOSCIENTOS SESENTA Y CUATRO EUROS CON CUARENTA Y SEIS CÉNTIMOS DE EUROS (8.264,46 €), MÁS EL IVA LEGALMENTE APLICABLE

DENOMINACIÓN: CONTRATO BASADO EN EL ACUERDO MARCO PARA LA CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE PLANIFICACIÓN DE MEDIOS Y COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS EN PRENSA, RADIO, TELEVISIÓN, EXTERIOR, REDES SOCIALES Y PLATAFORMAS DIGITALES ASÍ COMO EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO DE LOS PLANES DE MEDIOS PARA LAS ACCIONES DE COMUNICACIÓN DE LA CONSEJERÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA, PESCA Y DESARROLLO SOSTENIBLE . (CONTR 2021 57177- LOTE3: LOTE 2022 1535):

CAMPAÑA DE INFORMACIÓN SOBRE AYUDAS DIRIGIDAS A JÓVENES AGRICULTORES Y GANADEROS EN EL ÁMBITO DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA ANDALUZA A TRAVÉS DE REDES SOCIALES Y PLATAFORMAS DIGITALES.

ÓRGANO GESTOR PROPONENTE: SUBDIRECCIÓN DE PROMOCIÓN, CONSULTORÍA Y ACTUACIONES SIG.

Europa
invierte en las zonas rurales

ANTECEDENTES DE HECHO

PRIMERO.- Con fecha 16/10/2024 se envió invitación para presentar oferta para el contrato basado de referencia, a través del Sistema de Información de Relaciones Electrónicas SiREC, a las cinco empresas adjudicatarias del LOTE 3 del ACUERDO MARCO PARA LA CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE PLANIFICACIÓN DE MEDIOS Y COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS EN PRENSA, RADIO, TELEVISIÓN, EXTERIOR, REDES SOCIALES Y PLATAFORMAS DIGITALES ASÍ COMO EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO DE LOS PLANES DE MEDIOS PARA LAS ACCIONES DE COMUNICACIÓN DE LA CONSEJERÍA DE AGRICULTURA, PESCA, AGUA Y DESARROLLO RURAL: CAMPAÑA DE INFORMACIÓN SOBRE AYUDAS DIRIGIDAS A JÓVENES AGRICULTORES Y GANADEROS EN EL ÁMBITO DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA ANDALUZA A TRAVÉS DE REDES SOCIALES Y PLATAFORMAS DIGITALES., con plazo de presentación de ofertas hasta las 14:00 del día 25/10/2024.

Las empresas invitadas fueron:

1. ZOSMAMEDIA SL
2. IKI MEDIA SOLUTIONS, S.L.
3. NF AGENCIA DE MEDIOS INDEPENDIENTE, S.L.U
4. EQUMEDIA XL SL

5. PROXIMIA HAVAS S.L.

SEGUNDO.- De acuerdo con la comprobación realizada en el Sistema de Información de Relaciones Electrónicas SiREC, hasta la fecha y hora indicadas, todas las empresas invitadas presentaron oferta.

TERCERO.- Con fecha 28/10/2024, se procedió a la apertura del sobre electrónico único "Documentación correspondiente a los criterios cuantificables mediante aplicación de fórmulas", de la empresas licitadoras.

Una vez aperturados los sobres, se emplazó a la Subdirección de Promoción, Consultoría y Actuaciones SIG para la valoración las ofertas económicas presentadas, según los criterios seleccionados para este contrato basado de entre los establecidos en en el PCAP.

El resumen de la valoración total de la proposición económica para las ofertas presentadas por las empresas licitadoras, de acuerdo con el informe de fecha 30/10/2024 de la Subdirección proponente, fue el siguiente:

CRITERIOS DE VALORACIÓN	ÍNDICE PONDERACIÓN	EQUMEDIA XL, S.L.	IKI MEDIA SOLUTIONS, S.L.	NF AGENCIA DE MEDIOS INDEPENDIENTE, S.L.U.	PROXIMIA HAVAS SL	ZOSMAMEDIA SL
RECARGO SOBRE EL COSTE FACTURADO POR LOS SOPORTES	20,00 %	20,00 %	20,00 %	20,00 %	20,00 %	20,00 %
PRECIO NETO CPM (COSTE POR MIL IMPRESIONES)	41,00 %	33,30 %	37,80 %	33,82 %	14,48 %	28,11 %
PRECIO NETO CPC (COSTE POR CLICK)	19,00 %	0,68 %	0,26 %	16,00 %	0,42 %	0,69 %
PRECIO NETO CPV (COSTE POR VISUALIZACIÓN)	20,00 %	20,00 %	20,00 %	20,00 %	5,00 %	20,00 %
PUNTUACIÓN =	**100,00 %**	**73,98 %**	**78,06 %**	**89,82 %**	**39,90 %**	**68,80 %**

CUARTO.- Tras la valoración de las ofertas, el Servicio de Régimen Jurídico y Contratación procedió a la aplicación de los parámetros objetivos para considerar una oferta anormalmente baja establecidos en el Anexo X del PCAP, de los que sería de aplicación el siguiente:

"- Si concurren tres o más empresas adjudicatarias, habrán de considerarse anormalmente bajas aquellas proposiciones cuya valoración total sea superior en más de un 10% a la media aritmética de las valoraciones obtenidas por todas las empresas adjudicatarias del lote correspondiente."

Tras los cálculos oportunos resultó que las ofertas presentadas por las citadas licitadoras, NF AGENCIA DE MEDIOS INDEPENDIENTE, S.L.U y IKI MEDIA SOLUTIONS SL., habían de ser considerada en presunción de anormalidad.

En consecuencia, con fecha 30/10/2024 se requirió a las licitadoras a través del Sistema de Información de Relaciones Electrónicas SiREC para que justificaran y desglosaran razonada y detalladamente el bajo nivel de los precios, o de costes, en relación los parámetros en base al cual se había definido la anormalidad de la oferta, conforme a lo previsto en el artículo 149 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público. Ambas licitadoras atendieron sendos requerimientos.

QUINTO.- La Subdirección de Promoción, Consultoría y Actuaciones SIG examinó la documentación aportada por las licitadoras sobre la justificación de la oferta anormalmente baja, y con fecha 12/11/2024 emitió sendos informes en los que concluía que ambas justificaban suficientemente los bajos costes de sus ofertas.

Siendo así, al haber presentado la mejor oferta, con fecha 13/11/2024 se envió a NF AGENCIA DE MEDIOS INDEPENDIENTE, S.L.U., a través del Sistema de Información de Relaciones Electrónicas SiREC, requerimiento

de constitución de la garantía definitiva, que fue atendido por la misma, solicitando la constitución de la garantía mediante retención en el precio.

En consecuencia, el 19/11/2024 la jefa de Servicio de Régimen Jurídico y Contratación proponer al órgano de contratación de la Agencia la adjudicación del presente CONTRATO BASADO EN EL ACUERDO MARCO PARA LA CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE PLANIFICACIÓN DE MEDIOS Y COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS EN PRENSA, RADIO, TELEVISIÓN, EXTERIOR, REDES SOCIALES Y PLATAFORMAS DIGITALES ASÍ COMO EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO DE LOS PLANES DE MEDIOS PARA LAS ACCIONES DE COMUNICACIÓN DE LA CONSEJERÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA, PESCA Y DESARROLLO SOSTENIBLE: CAMPAÑA DE INFORMACIÓN SOBRE AYUDAS DIRIGIDAS A JÓVENES AGRICULTORES Y GANADEROS EN EL ÁMBITO DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA ANDALUZA A TRAVÉS DE REDES SOCIALES Y PLATAFORMAS DIGITALES, a la empresa NF AGENCIA DE MEDIOS INDEPENDIENTE, S.L.U. .

SEXTO.- La fiscalización previa del compromiso del gasto fue realizada por la Intervención General de la Junta de Andalucía en la Agencia, con fecha 16/12/2024.

FUNDAMENTOS DE DERECHO

PRIMERO.- La Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público regula en su artículo 152 el desistimiento del procedimiento de adjudicación por la Administración. De conformidad con el mismo:

"1. En el caso en que el órgano de contratación desista del procedimiento de adjudicación o decida no adjudicar o celebrar un contrato para el que se haya efectuado la correspondiente convocatoria, lo notificará a los candidatos o licitadores, informando también a la Comisión Europea de esta decisión cuando el contrato haya sido anunciado en el «Diario Oficial de la Unión Europea».

2. La decisión de no adjudicar o celebrar el contrato o el desistimiento del procedimiento podrán acordarse por el órgano de contratación antes de la formalización.
(...)

4. El desistimiento del procedimiento deberá estar fundado en una infracción no subsanable de las normas de preparación del contrato o de las reguladoras del procedimiento de adjudicación, debiendo justificarse en el expediente la concurrencia de la causa. El desistimiento no impedirá la iniciación inmediata de un procedimiento de licitación.

5. En el supuesto de acuerdos marco, el desistimiento y la decisión de no adjudicarlos o celebrarlos corresponde al órgano de contratación que inició el procedimiento para su celebración. En el caso de contratos basados en un acuerdo marco y en el de contratos específicos en el marco de un sistema dinámico de adquisición, el desistimiento y la decisión de no adjudicarlos o celebrarlo se realizará por el órgano de contratación de oficio, o a propuesta del organismo destinatario de la prestación."

De acuerdo con la memoria justificativa de fecha 15/10/2024, comunicada a las empresas adjudicatarias del acuerdo marco junto con la carta de invitación enviada el 16/10/2024 el objeto del contrato basado es la prestación de los servicios de planificación de medios y compra de espacios publicitarios en redes sociales y plataformas digitales, así como la ejecución y seguimiento de dicho plan de medios, para dar difusión a una campa-

na de información sobre ayudas financiadas por el programa FEDER dirigidas a jóvenes agricultores y ganaderos en el ámbito de la Comunidad Autónoma Andaluza.

Los objetivos previstos para esta campaña son:

1.- Comunicar y divulgar las ayudas que otorga la Junta de Andalucía para la incorporación de personas jóvenes como titulares de explotaciones agrícolas, ganaderas y forestales.
2.- Fomentar entre la población joven la solicitud de estas ayudas.
3.- Impulsar la creación de empleo en zonas rurales de la Comunidad Autónoma Andaluza, contribuyendo de forma esencial al relevo generacional necesario para el sector, así como a la fijación de población en las zonas rurales.

El plazo de ejecución del contrato previsto es desde la formalización hasta el 31/12/2024. Dentro de este plazo, la empresa adjudicataria deberá desarrollar los siguientes trabajos:

1.- Planificación estratégica, gestión de campañas digitales y compra de espacios publicitarios en el medio online.
2.- Puesta en marcha y configuración de las campañas digitales. Segmentación y Keyword research.
3.- Gestión proactiva, optimización a tiempo real (Test A/B) y seguimiento diario de las acciones y campañas de comunicación digital que se ejecuten en el marco del contrato.
4.- Asesoramiento e información sobre la eficacia publicitaria, rentabilidad de soportes, comparativa entre medios y todos aquellos aspectos técnicos necesarios para el proceso de toma de decisiones.
5.- Estudio y análisis cuantitativo y cualitativo de los resultados de las campañas a través de informes postacción.
6.- Adaptación de las piezas que conformen la acción de comunicación, incluyendo formatos dinámicos y novedosos para redes sociales y otras plataformas digitales (concursos, vídeos con material de recursos, stories...).

Con todo ello, debido a la extremada dilatación del procedimiento de adjudicación y dada la proximidad de la fecha final del plazo de ejecución, ésta deviene en imposible.

Por otra parte, se ha de añadir que, en el momento procedimental actual, la modificación de los objetivos y plazos del contrato no es posible, por dos razones fundamentales:

- En primer lugar, porque el plazo de presentación de las ayudas que desde el programa FEADER se otorga a los jóvenes para facilitar su entrada en el sector agrario, que son el objeto de la campaña de información, finaliza el próximo 09/01/2025, por lo que más allá de esta fecha, la ejecución del contrato basado, es decir, la campaña informativa, pierde su virtualidad: desaparece el objeto y con él, los objetivos del mismo.

- En segundo lugar, y mas importante desde el punto de vista jurídico, habida cuenta de que las invitaciones enviadas a las licitadoras para presentar ofertas se realizaron para la adjudicación de un contrato con las características y condiciones establecidas antes de la licitación, no sería conforme a derecho una modificación de éstas en la fase en la que se encuentra el procedimiento, lo que constituiría una infracción de las normas reguladoras del procedimiento de adjudicación del contrato basado contenidas en el PCAP del Acuerdo Marco, cuya cláusula 16.1. dispone lo siguiente:

"(...)

Durante la vigencia del acuerdo marco, el órgano de contratación podrá adjudicar uno o varios contratos basados en el acuerdo marco (de forma estimada, un total de 4 oleadas de campaña gusto del Sur,

distribuidos entre los 3 lotes, y otras campañas de Promoción para el Lote 1 prensa, radio y televisión), mediante una segunda licitación en la que se seguirá el siguiente procedimiento:

1) La Subdirección Técnica, como servicio proponente del presente acuerdo marco elaborará un documento (memoria justificativa) donde se recogerán las concretas necesidades técnicas de AGAPA para la campaña o acción de comunicación, así como el importe del contrato basado.

2) De acuerdo con el artículo 221.6 de la LCSP, se invitará a esta segunda licitación a todas las empresas adjudicatarias del Acuerdo Marco del lote al que pertenezcan los servicios a contratar. La invitación se realizará por medios electrónicos a través de SIREC-Portal de licitación electrónica.

En la invitación se concederá un plazo suficiente para presentar las ofertas relativas a cada contrato basado teniendo en cuenta factores tales como la complejidad del objeto del contrato, así como el tiempo necesario para el envío de la oferta, proporcionándose en todo caso un plazo mínimo de 5 días hábiles.

Se les solicitará la presentación de una oferta para el conjunto de las prestaciones necesarias para llevar a cabo la campaña o acción de comunicación que corresponda, en los términos establecidos en el PPT del presente acuerdo.

En dicha invitación, se incluirá la información relativa a las acciones a realizar, presupuesto y criterios de adjudicación.

(...)"

Por tanto, las empresas licitadoras adjudicatarias del acuerdo marco deben de conocer toda la información relativa a las acciones a realizar, presupuesto y criterios de adjudicación del contrato en el momento de presentar su oferta en esta segunda licitación, y por analogía con cualquier procedimiento de licitación, las normas reguladoras del mismo, no pueden ser modificadas más allá del plazo de presentación de ofertas.

En este sentido, cabe invocar el artículo 136 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre relativo a los plazos de presentación de las solicitudes de participación y de las proposiciones, según el cual:

"()

Los órganos de contratación deberán ampliar el plazo inicial de presentación de las ofertas y solicitudes de participación, asimismo, en el caso en que se introduzcan modificaciones significativas en los pliegos de la contratación, sin perjuicio de lo señalado en los artículos 122.1 y 124.

En todo caso se considerará modificación significativa de los pliegos la que afecte a:

a) La clasificación requerida.

b) El importe y ***plazo del contrato.***

c) Las obligaciones del adjudicatario.

d) Al cambio o variación del objeto del contrato."

Asimismo, en cuanto a los pliegos de prescripciones técnicas particulares, el artículo 124 de la citada norma dispone:

"El órgano de contratación aprobará con anterioridad a la autorización del gasto o conjuntamente con ella, y siempre antes de la licitación del contrato, o de no existir esta, antes de su adjudicación, los pliegos y documentos que contengan las prescripciones técnicas particulares que hayan de regir la realización de la prestación y definan sus calidades, sus condiciones sociales y ambientales, de conformidad con los requisitos que para cada con-

trato establece la presente Ley, y solo podrán ser modificados con posterioridad por error material, de hecho o aritmético. ***En otro caso, la modificación del pliego conllevará la retroacción de actuaciones."***

De acuerdo con el Pliego de Prescripciones Técnicas (en adelante PPT) del Acuerdo Marco, el ámbito y público destinatario, los objetivos y mensajes de la campaña, así como los plazos de ejecución de los contratos basados, se definen para cada uno de ellos en el PPT incluido en la memoria justificativa a la que hace referencia la cláusula 16.1. del PCAP anteriormente mencionada. Para este contrato basado en concreto, se incluyen en la memoria justificativa de fecha 15/10/2024 que acompañaba las cartas de invitación enviadas a las licitadoras.

Así pues, transcurrido el plazo de presentación de ofertas, una modificación de estos elementos del contrato requeriría una retroacción del procedimiento de adjudicación.

Por todo lo expuesto, procede el desistimiento del presente contrato basado.

SEGUNDO.- Es competente para dictar la resolución la persona titular de la Gerencia de esta Agencia, en virtud de las funciones que le atribuye el artículo 16.1.K) del Decreto 99/2011, de 19 de abril, por el que se aprueban los Estatutos de la Agencia de Gestión Agraria y Pesquera de Andalucía, entre las que se encuentra la de actuar como órgano de contratación.

A la vista de los antecedentes de hecho y fundamentos de derecho, en uso de las facultades que me confieren las disposiciones legales vigentes, a propuesta de la jefa de Servicio de Régimen Jurídico y de Contratación

RESUELVO

PRIMERO.- El DESISTIMIENTO del procedimiento de adjudicación del CONTRATO BASADO EN EL ACUERDO MARCO PARA LA CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE PLANIFICACIÓN DE MEDIOS Y COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS EN PRENSA, RADIO, TELEVISIÓN, EXTERIOR, REDES SOCIALES Y PLATAFORMAS DIGITALES ASÍ COMO EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO DE LOS PLANES DE MEDIOS PARA LAS ACCIONES DE COMUNICACIÓN DE LA CONSEJERÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA, PESCA Y DESARROLLO SOSTENIBLE: CAMPAÑA DE INFORMACIÓN SOBRE AYUDAS DIRIGIDAS A JÓVENES AGRICULTORES Y GANADEROS EN EL ÁMBITO DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA ANDALUZA A TRAVÉS DE REDES SOCIALES Y PLATAFORMAS DIGITALES, por los motivos que figuran en el fundamento de derecho primero.

SEGUNDO.- Proceder al barrado del documento AD CONT 2024 122637100, por importe de DIEZ MIL EUROS (10.000,00€).

TERCERO.- NOTIFICAR, por medios electrónicos, a través del Sistema de Información de Relaciones Electrónicas SiREC, a las personas candidatas o licitadoras y PUBLICAR en el perfil del contratante la presente resolución.

Contra la presente resolución, que pone fin a la vía administrativa, cabe interponer, con carácter potestativo, en el plazo de un mes a partir del día siguiente a la notificación de la misma, recurso de reposición ante este órgano o interponer recurso contencioso-administrativo ante los Juzgados de lo Contencioso Administrativo de Sevilla, en el plazo de dos meses contados desde el día siguiente al de su notificación, de conformidad con lo establecido en el artículo 46.1 de la Ley 29/1998, de 13 de julio, reguladora de la Jurisdicción Contencioso Administrativa.

EL DIRECTOR GERENTE
José Carlos Álvarez Martín