



INFORME TÉCNICO SOBRE LA APLICACIÓN DE LOS CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN VALORADOS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE FÓRMULAS, EN EL PROCEDIMIENTO DE LICITACIÓN DEL CONTRATO DE PLANIFICACIÓN DE MEDIOS, EJECUCIÓN DE LOS PLANES DE MEDIOS Y COMPRA DE ESPACIOS EN SOPORTES PUBLICITARIOS PARA LAS ACCIONES DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DE LA CONSEJERÍA DE LA PRESIDENCIA, INTERIOR, DIÁLOGO SOCIAL Y SIMPLIFICACIÓN ADMINISTRATIVA DE LA JUNTA ANDALUCÍA. EXPEDIENTE CONTR 2024/790497, LOTE 2

ÍNDICE

- 1.- Antecedentes.
- 2.- Objeto y alcance del contrato.
- 3.- Empresas licitadoras valoradas.
- 4.- Criterios de valoración mediante la aplicación de fórmulas.
- 5.- Valoración de propuestas:
 - 1.- AVANTE COMUNICACIÓN, S.L. (NIF: B80518822).
 - 2.- HEARTS & SCIENCE, S.L. (NIF: B88277116).
 - 3.- MEDIA SAPIENS SPAIN, S.L. (NIF : B86016060).
 - 4.- GROUPE PUBLICIDAD WORLDWIDE, S.A.U. (NIF: A81922791).
 - 5.- PROXIMIA HAVAS, S.L. (NIF: B63968267).
 - 6.- UTE M&C SAATCHI MADRID, S.L. (NIF: B84428754)- UNIVERSAL MCCANN, S.A. (NIF: A79154126).
 - 7.- NF AGENCIA DE MEDIOS INDEPENDIENTE, S.L.U. (NIF: B91346890).
- 6.- Resumen global de las ofertas presentadas.

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	FERNANDO FORT GALLEGO	24/04/2025	
	ANDRES VALVERDE MACIAS		
VERIFICACIÓN	Pk2jmU5ABNT9FCEF4KHTY4AU4EHYCF	PÁG. 1/9	



1.- Antecedentes

El presente informe tiene por objeto la aplicación de los criterios de adjudicación valorados mediante fórmulas en el procedimiento de licitación del CONTRATO DE PLANIFICACIÓN DE MEDIOS, EJECUCIÓN DE LOS PLANES DE MEDIOS Y COMPRA DE ESPACIOS EN SOPORTES PUBLICITARIOS PARA LAS ACCIONES DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DE LA CONSEJERÍA DE LA PRESIDENCIA, INTERIOR, DIÁLOGO SOCIAL Y SIMPLIFICACIÓN ADMINISTRATIVA DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA, CONTR 2024/790497, LOTE 2, asegurando su conformidad con el marco normativo vigente y su adecuación a los principios de igualdad de trato, no discriminación, transparencia y concurrencia efectiva.

2.- Objeto y alcance del contrato

La presente contratación tiene por objeto la planificación estratégica y compra de espacios publicitarios en los diferentes soportes de los medios de comunicación de prensa (tanto impresa como digital), radio y televisión. También es objeto de la contratación la ejecución y seguimiento de las acciones de comunicación institucional y de las campañas informativas y divulgativas que la Consejería de la Presidencia, Interior, Diálogo Social y Simplificación Administrativa de la Junta de Andalucía quiera llevar a cabo en el marco de las competencias que tiene atribuidas a través de la Dirección General de Comunicación Social.

3.- Empresas licitadoras valoradas

Una vez realizados los informes técnicos de valoración con fecha 10 de marzo de 2025 relativos a los criterios de adjudicación valorados mediante un juicio de valor, sobre nº 2, del Lote 2, se procede al análisis de la documentación a la que se refiere la Cláusula 9 del PCAP: "9. Presentación de las proposiciones. 9.2. Forma de presentación. 9.2.3. Sobre electrónico nº 3: Documentación relativa a los criterios de adjudicación mediante la aplicación de fórmulas".

En sesión de fecha 27 de marzo de 2025, por unanimidad de la Mesa de Contratación, en base a lo dispuesto anteriormente y a lo establecido en el apartado 8 del Anexo I del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares, se acordó la exclusión de la licitación del Lote 2 de las siguientes entidades: SPONSORY MEDIA GROUP, S.L, CARAT ESPAÑA, S.A., y MEDIAPLUS EQU MEDIA, S.L, al no haber incluido en su oferta alguno de los COSTES NETOS/UNIDAD, o de las cartas de verificación, estando contemplada expresamente dicha circunstancia en el PCAP como causa de exclusión.

Por lo que las empresas sobre las cuales se realiza la presente valoración son las siguientes:

- 1.- AVANTE COMUNICACIÓN, S.L.(NIF: B80518822).
- 2.- HEARTS & SCIENCE, S.L. (NIF: B88277116).
- 3.- MEDIA SAPIENS SPAIN, S.L. (NIF: B86016060).
- 4.- GROUPM PUBLICIDAD WORLDWIDE, S.A.U. (NIF: A81922791).
- 5.- PROXIMIA HAVAS, S.L. (NIF: B63968267).
- 6.- UTE M&C SAATCHI MADRID, S.L. (NIF: B84428754)- UNIVERSAL MCCANN, S.A. (NIF: A79154126).
- 7.- NF AGENCIA DE MEDIOS INDEPENDIENTE, S.L.U. (NIF: B91346890).

4.- Criterios de valoración sometidos a una fórmula

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	FERNANDO FORT GALLEGO	24/04/2025	
	ANDRES VALVERDE MACIAS		
VERIFICACIÓN	Pk2imlI5ABNT9FCEE4KHTY4AU4FHYCF	PÁG. 2/9	



Con carácter previo se señala que en la valoración de la documentación presentada por los licitadores se ha tenido en cuenta lo dispuesto en la Cláusula 9 del PCAP: “9. Presentación de las proposiciones. 9.2. Forma de presentación. 9.2.3. Sobre electrónico nº 3: Documentación relativa a los criterios de adjudicación mediante la aplicación de fórmulas.

En el Anexo I del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares, en relación con la DOCUMENTACIÓN RELATIVA A LOS CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN VALORADOS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE FÓRMULAS se señala lo siguiente:

8.B. Criterios de adjudicación valorados mediante la aplicación de fórmulas: un máximo de 60 puntos

LOTE 2

1. Proposición económica (lote 2)

Se valorará con un máximo de 45 puntos las condiciones de la oferta económica en relación con los trabajos que constituyen el objeto y contenido del contrato.

Los criterios en los que se desagregan las condiciones de la oferta y que poseen una naturaleza exclusivamente económica son los siguientes:

A) En concepto de costes netos con carácter general en la compra de espacios publicitarios en el medio exterior: se valorará con un máximo de 37 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 de uno o más de los COSTES NETOS/UNIDAD a los que se hace referencia en este apartado conlleva la exclusión del procedimiento por no presentar una oferta económica completa y no ser subsanable.

(CUADRO)

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 metropolitanas”, 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.

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

$VF = V1 + V2 + V3 + V4 + \dots + Vn$, siendo V1, V2, V3, V4, ... y Vn, los valores obtenidos por cada oferta presentada para cada uno de los soportes definidos dentro del apartado 1.1 costes netos con carácter general en la compra de espacios publicitarios en el medio exterior de la Proposición Económica.

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

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

Donde:

Vi = Puntuación de la oferta presentada para el soporte “i”.

PMi = Puntuación máxima del coste neto para el soporte “i”.

RFi = Coste neto ofertado para el soporte “i” (teniendo que se un valor superior a cero)

RFMINi = Coste neto de menor importe de las ofertas valoradas para el soporte “i”.

B) En concepto de COSTE POR MIL IMPACTOS (CPM) en la compra de espacios publicitarios en CINE: se valorará con un máximo de 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, conlleva la exclusión del procedimiento por no presentar una oferta económica completa y no ser subsanable.

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	FERNANDO FORT GALLEGO	24/04/2025	
VERIFICACIÓN	PK2jmU5ABNT9FCEF4KH7Y4AU4EHYCF	PÁG. 3/9	



(CUADRO)

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 ofertada para "Poblaciones de más de 500.000 habitantes y sus áreas metropolitana", independientemente de los habitantes del municipio en cuestión. Para valorar este concepto, la fórmula aplicable será la siguiente para cada oferta presentada:

$VF = V1 + V2$, siendo V1 y V2 los valores obtenidos por cada oferta presentada para cada uno de los soportes definidos dentro del apartado 1.2 COSTE POR MIL IMPACTOS (CPM) en la compra de espacios publicitarios en CINE de la Proposición Económica.

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

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

Donde:

Vi = Puntuación de la oferta presentada para el soporte "i".

PMi = Puntuación máxima del CPM para el soporte "i".

RFi = CPM ofertado para el soporte "i" (teniendo que ser un valor superior a cero).

$RFMINi$ = CPM de menor importe de las ofertas valoradas para el soporte "i".

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 un máximo de 2 puntos.

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

- Comisión igual al 7,01% o superior: 0 puntos.

- Comisión entre un 3,51% y un 7,00%: 1 punto.

- Comisión igual al 3,50% o inferior: 2 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 un máximo de 1 punto.

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

- Comisión igual al 7,01% o superior: 0 puntos.

- Comisión entre un 3,51% y un 7,00%: 0,5 puntos.

- Comisión igual al 3,50% o inferior: 1 punto.

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. PCAP Servicios Abierto. Presentación electrónica de ofertas. 90

2.- Otros Criterios evaluables mediante fórmula distintos a los de la proposición económica.

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

Estos criterios se valorarán con un máximo de 5 puntos, desglosado de la siguiente manera:

A) Se valorará con un máximo de 4 puntos el tiempo máximo de respuesta para presentar planes de medios tras recibir el briefing en Días Laborables (Horas). Distribuidos de la siguiente manera:

- 24 horas máximo (Día laborable siguiente). 4 puntos.

- 48 horas máximo (Dos días Laborables). 2 puntos.

- 72 horas máximo (Tres días Laborables) 1 punto.

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	FERNANDO FORT GALLEGO	24/04/2025	
	ANDRES VALVERDE MACIAS		
VERIFICACIÓN	Pk2jmU5ABNT9FCEF4KH7Y4AU4EHYCF	PÁG. 4/9	



- Más tiempo. 0 puntos.

B) Se valorará con 1 punto el compromiso de creación de un CUADRO DE MANDOS para la entidad proponente del pliego, donde mediante tablas dinámicas y cuadros resumen pueda ofrecerse en tiempo real datos de inversión publicitaria por campañas, medios o soportes.

3.- Mejoras (lote 2)

Otras prestaciones concretas que se ofrezcan como mejora de los servicios objeto del contrato. Este factor se valorará con un máximo de 10 puntos.

La puntuación en este apartado será la suma de la que corresponda a las siguientes mejoras a valorar:

A) Reducción del plazo máximo indicado (40 días naturales) para el envío del documento de cierre de campaña, con comprobantes de ejecución y evaluación, con un máximo de 1 punto.

- Reducción de 5 días naturales del plazo máximo: 0,25 puntos.

- Reducción de 10 días naturales del plazo máximo.: 0,5 puntos.

- Reducción de 15 días naturales del plazo máximo: 1 punto.

B) Equipo de trabajo. Experiencia adicional (en años) al equipo de trabajo mínimo exigido en la solvencia técnica o profesional. Este factor contará con un máximo de 5 puntos. Director de cuentas (DC). Puntuación máxima (PM): 2,5 puntos.

Jefe de Planificación (JP). Puntuación máxima (PM): 2,5 puntos.

Para valorar el concepto de la experiencia adicional del equipo de trabajo, la fórmula aplicable será la siguiente:

$VF = VDC + VJP$, siendo DC y JP cada uno de los perfiles definidos en el punto 3.b

Para cada perfil se aplicará la siguiente fórmula:

$Vi = PMi * (RFi / RFMAXi)$ cuando RFi sea distinto de $RFMAXi$

$Vi = PMi$ cuando RFi sea igual de $RFMAXi$

Donde:

Vi = Puntuación de la oferta presentada para el perfil "i".

PMi = Puntuación máxima para el perfil "i".

RFi = Años de experiencia adicional ofertados para el perfil "i".

$RFMAXi$ = Años de experiencia adicional máximos para perfil "i" de las ofertas valoradas.

C) Ponderación de la formación de los miembros del equipo mínimo indicados en la solvencia técnica o profesional del presente Anexo I (4.C, punto 2.2), que exige formación ajustada a los niveles del Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior (MECES). Hasta un máximo de 4 puntos.

A. Director de cuentas (DC). 2 puntos.

B. Jefe de Planificación (JP). 2 puntos.

Para valorar el concepto de la ponderación de la formación de los miembros, la fórmula aplicable será la siguiente:

$VF = VDC + VJP$, siendo DC, JP cada uno de los perfiles definidos en el punto 3.C

Para cada perfil se aplicará la siguiente fórmula:

$Vi = 2 * (Fi - Fmi)$ si Fi es mayor a Fmi

$Vi = 0$ si Fi es menor o igual a Fmi

Donde:

Vi = Puntuación de la oferta presentada para el perfil "i".

Fi = Nivel formación ofertado ajustado a los niveles 1, 2, 3 y 4 del Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior (MECES) de los miembros del equipo mínimo indicados en la solvencia técnica o profesional. No se permiten valores que no sean los siguientes: 1, 2, 3, ó 4.

Fmi = Nivel formación ajustado a los niveles 1, 2, 3 y 4 del Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior (MECES) exigido en la solvencia técnica o profesional

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	FERNANDO FORT GALLEGO ANDRES VALVERDE MACIAS	24/04/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmU5ABNT9FCEF4KH TY4AU4EHYCF	PÁG. 5/9	



ecologica.

[illegible]

7

FIRMADO POR
VERIFICACIÓN

FERNADO FORT GALLEG0
ANDRES VALVERDE MACIAS
Pk2jmU5ABNT9FCEf4KHTY4AU4EHYCF



CONSEJERÍA DE LA PRESIDENCIA, INTERIOR,
DIALOGO SOCIAL Y SIMPLIFICACIÓN ADMINISTRATIVA
Dirección General de Comunicación Social

5.2. Otros criterios valorables mediante fórmulas.

LOTE 2. Exterior y Cine		AVANTE COMUNICACIÓN		HEARTS & SCIENCE		MEDIA SAPIENS SPAIN		GROUPM PUBLICIDAD WORLDWIDE		PROXIMIA HAVAS		UTE M&C SAATCHI M.-U. MACCANN		NF AGENCIA DE MEDIOS INDEPENDIENTE	
2.- Otros Criterios evaluables mediante fórmula distintos a los de la proposición económica		Total Otros Criterios	5	Total Otros Criterios	5	Total Otros Criterios	5	Total Otros Criterios	5	Total Otros Criterios	5	Total Otros Criterios	5	Total Otros Criterios	5
A. Se valorará con un máximo de 4 puntos el tiempo máximo de respuesta; 24h (4 pto); 48h (2 pto); 72h (1 pto) y más tiempo (0 pto)		¿Se acepta el compromiso?	4	¿Se acepta el compromiso?	4	¿Se acepta el compromiso?	4	¿Se acepta el compromiso?	4	¿Se acepta el compromiso?	4	¿Se acepta el compromiso?	4	¿Se acepta el compromiso?	4
B. Se valorará con un 1 punto el compromiso de creación de un CUADRO DE MANDOS para la entidad proponente del pliego		Sí	1	Sí	1	Sí	1	Sí	1	Sí	1	Sí	1	Sí	1

5.3. Mejoras.

LOTE 2. Exterior y Cine		AVANTE COMUNICACIÓN		HEARTS & SCIENCE		MEDIA SAPIENS SPAIN		GROUPM PUBLICIDAD WORLDWIDE		PROXIMIA HAVAS		UTE M&C SAATCHI M.-U. MACCANN		NF AGENCIA DE MEDIOS INDEPENDIENTE	
3. Mejoras		Total Otros Criterios	7,574	Total Otros Criterios	7,439	Total Otros Criterios	6,622	Total Otros Criterios	5,413	Total Otros Criterios	8,827	Total Otros Criterios	9,250	Total Otros Criterios	8,411
A. Reducción del plazo máximo indicado (40 días naturales). Reducción de días; 5 (0,25ptos); 10 (0,5 pto) y 15 días(1 pto)		¿Se acepta el compromiso?	1	¿Se acepta el compromiso?	1	¿Se acepta el compromiso?	1	¿Se acepta el compromiso?	1	¿Se acepta el compromiso?	1	¿Se acepta el compromiso?	0,25	¿Se acepta el compromiso?	1
B. Experiencia adicional (en años) al equipo de trabajo mínimo		Total Exp adicional	2,574	Total Exp adicional	2,439	Total Exp adicional	1,622	Total Exp adicional	2,413	Total Exp adicional	3,827	Total Exp adicional	5,000	Total Exp adicional	3,411
Director de cuentas (mín. 5 años)		16	1,290	16	1,290		0,000	14	1,129	24	1,935	31	2,500	18	1,452
Jefe de Planificación (mín. 5 años)		19	1,284	17	1,149	24	1,622	19	1,284	28	1,892	37	2,500	29	1,959
C. Ponderación de la formación del equipo de trabajo mínimo. Hasta 4 pto		Total hasta 4 pto	4,000	Total hasta 4 pto	4,000	Total hasta 4 pto	4,000	Total hasta 4 pto	2,000	Total hasta 4 pto	4,000	Total hasta 4 pto	4,000	Total hasta 4 pto	4,000
Director de cuentas (nivel 2)		3	2,000	3	2,000	3	2,000	2	0,000	3	2,000	3	2,000	3	2,000
Jefe de Planificación (nivel 2)		3	2,000	3	2,000	3	2,000	3	2,000	3	2,000	3	2,000	3	2,000



6.- Resumen global de las ofertas presentadas

En la siguiente tabla se muestra a continuación el resumen global por cada uno de los apartados objeto de valoración, conforme al Anexo I del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares, en relación con las ofertas analizadas:

LOTE2. Exterior y Cine		AVANTE COMUNICACIÓN							
RESUMEN DE PUNTUACIONES		77,497	79,393	75,142	76,254	Máxima puntuación	93,851	89,437	83,583
Criterios Cualitativos		22,000	23,850	20,000	25,450	35,800	31,200	25,650	
Criterios Cuantitativos		60	55,497	55,543	55,142	50,804	58,051	58,237	57,933
1. Proposición económica		45	42,923	43,104	43,520	40,391	44,224	43,987	44,522
		¿Baja soportes?	No baja	No baja	No baja	No baja	No baja	No baja	No baja
			3,45%	0,00%	0,00%	2,20%	16,09%	14,94%	18,39%
		¿Baja Comisión con tarifa oficial?	No	No	No	No	No	No	No
			3,50	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50
		¿Baja Comisión sin tarifa oficial?	No	No	No	No	No	No	No
			3,50	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50
2.- Otros Criterios evaluables mediante fórmula distintos a los de la proposición económica		5	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
3. Mejoras		10	7,574	7,439	6,622	5,413	8,827	9,250	8,411

EL COORDINADOR GENERAL DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL		EL JEFE DE SERVICIO DE INSPECCIÓN	
Andrés Valverde Macías		Fernando Fort Gallego	



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	FERNANDO FORT GALLEG0		24/04/2025
	ANDRES VALVERDE MACIAS		
VERIFICACIÓN	Pk2jmU5ABNT9CFEF4KHtY4AU4EHYCF		PÁG. 9/9