

INFORME TÉCNICO RELATIVO A LOS CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN VALORADOS MEDIANTE UN JUICIO DE VALOR

CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE ASISTENCIA TÉCNICA PARA LA ELABORACIÓN Y EJECUCIÓN DE ACTUACIONES DE COMUNICACIÓN PARA LOS INCENTIVOS DE MEJORA ENERGÉTICA FINANCIADOS A TRAVÉS DEL PROGRAMA ANDALUCÍA FEDER 2021-2027

CONTR 2025 393955

Tipo de licitación: Procedimiento abierto ordinario

Presupuesto base licitación sin IVA: 123.966,94 €

IVA: 26.033,06 €

Importe total licitación: 150.000 €

Puede verificar la integridad 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

M^a TERESA ALONSO REGAÑA

20/10/2025

VERIFICACIÓN


Pk2jmWYKKE2FC8SZGL9UCRFERVBGDW

PÁG. 1/34



Índice

1. ANTECEDENTES3
2. OBJETO Y ALCANCE DEL CONTRATO5
3. EMPRESAS LICITADORAS VALORADAS7
4. CRITERIOS DE VALORACIÓN Y METODOLOGÍA APLICADA9
5. VALORACIÓN DE PROPUESTAS11
- 5.1. IMAGINE COMUNICACIÓN ANDALUZA, SLU12
 - A. Estrategia creativa y de comunicación (Máximo 6 puntos)12
 - B. Catálogo de actuaciones asociado a la estrategia creativa y de comunicación propuesta (Máximo 20 puntos)14
 - C. Propuesta de funcionamiento, coordinación y gestión del contrato (Máximo 9 puntos)19
 - D. Valoración total de IMAGINE COMUNICACIÓN ANDALUZA, SLU. (máximo 35 puntos)22
- 5.2. MARIN Y ASOCIADOS, S.A.22
 - A. Estrategia creativa y de comunicación (Máximo 6 puntos)22
 - B. Catálogo de actuaciones asociado a la estrategia creativa y de comunicación propuesta (Máximo 20 puntos)24
 - C. Propuesta de funcionamiento, coordinación y gestión del contrato (Máximo 9 puntos)31
 - D. Valoración total de MARIN Y ASOCIADOS, S.A. (máximo 35 puntos)33
6. RESUMEN GLOBAL DE LAS OFERTAS PRESENTADAS34

Puede verificar la integridad 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	Mª TERESA ALONSO REGAÑA	20/10/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmWYKKE2FC8SZGL9UCRFERVGBDW	PÁG. 2/34	

1. ANTECEDENTES

El 16 de diciembre de 2022 la Comisión europea aprobó el «**Programa Andalucía FEDER 2021-2027**», que servirá como principal instrumento de planificación de las actuaciones que la Junta de Andalucía va a financiar con cargo a estos fondos; y que encuentra su marco general en el Acuerdo de Asociación (AA) de España 2021-2027, que establece las grandes orientaciones estratégicas de la política de cohesión para el periodo de programación 2021-2027.

Por otro lado, la Agencia Andaluza de la Energía, creada por la Ley 4/2003, de 23 de septiembre, tiene la consideración de agencia pública empresarial de las previstas en el artículo 68.1 b) de la Ley 9/2007, de 22 de octubre, de la Administración de la Junta de Andalucía, conforme se establece en el Decreto 217/2011, de 28 de junio y en el Decreto 21/2005, de 1 de febrero, por el que se aprueban los Estatutos de la Agencia Andaluza de la Energía, modificado por el Decreto 8/2014, de 21 de enero; y se encuentra adscrita a la Consejería de Industria, Energía y Minas, de conformidad con lo dispuesto en el Decreto del Presidente 4/2023, de 11 de abril, por el que se modifica el Decreto del Presidente 10/2022, de 25 de julio, sobre reestructuración de Consejerías.


Corresponde a la Agencia coordinar y fomentar los objetivos establecidos en la política energética de la Junta de Andalucía, entre los que se encuentran:

- Fomentar el uso de los recursos renovables autóctonos y las acciones de ahorro y eficiencia energética y gestión de la demanda, como medidas para incrementar el autoabastecimiento energético, el desarrollo económico y la protección del medio ambiente en Andalucía.
- Promover y difundir los principios de una nueva cultura energética basada en un uso responsable y sostenible de la energía, desarrollando programas e iniciativas para fomentar el ahorro, la eficiencia energética y la utilización de recursos renovables.
- Contribuir a la ordenación equilibrada del territorio y al crecimiento económico, mediante el apoyo técnico a una planificación energética que garantice un suministro seguro, estable, diversificado, eficiente y de calidad a toda la ciudadanía andaluza.
- Impulsar un tejido empresarial especializado y competitivo en tecnologías energéticas eficientes, limpias e innovadoras, apoyando proyectos de interés para la transformación del sistema energético andaluz.

Para el **cumplimiento de los objetivos** anteriores, uno de **los instrumentos fundamentales** son las **líneas de ayudas para financiar actuaciones de mejora energética** a las empresas, la ciudadanía y las entidades locales de Andalucía.

Tomando en consideración todo lo anterior, la **Agencia Andaluza de la Energía es una de las principales entidades gestoras de los fondos asociados al Objetivo Político 2** “Una Europa más verde, baja en carbono en transición hacia una economía con cero emisiones netas de carbono y resiliente, promoviendo una transición energética limpia y equitativa, la inversión verde y azul, la economía circular, la mitigación y adaptación al cambio climático, la prevención y gestión de riesgos y la movilidad urbana sostenible” del «**Programa Andalucía FEDER 2021-2027**»; **siendo la encargada de diseñar, poner en marcha y gestionar** los programas de **incentivos que se financiarán con cargo al referido Programa** en materia energética.

En este sentido, con fecha **19 de marzo de 2025** se publicó en el Boletín Oficial de la Junta de Andalucía la **Orden de 13 de marzo de 2025, por la que se aprueban las bases reguladoras para**

Puede verificar la integridad 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	Mª TERESA ALONSO REGAÑA	20/10/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmWYKKE2FC8SZGL9UCRFERVGBDW	PÁG. 3/34	

la concesión de incentivos integrados de competitividad y energía para las cadenas de valor industrial, la minería sostenible y los espacios productivos en Andalucía (en adelante, INCEA).


Asimismo, con fecha 30 de abril de 2025 se publicó en el Boletín Oficial de la Junta de Andalucía la **Orden de 24 de abril de 2025, por la que se aprueban las bases reguladoras para la concesión de incentivos para el uso eficiente de la energía en Andalucía (en adelante, INEA).**

Todas las medidas incentivadas a través de dichas órdenes están alineadas con la **Estrategia Energética de Andalucía 2030**, el documento de planificación energética del Gobierno andaluz, que tiene como principal finalidad impulsar la transición a un modelo energético eficiente, sostenible, seguro y neutro en carbono, que aproveche los recursos renovables disponibles en la región y redunde en el crecimiento económico y la generación de empleo, contribuyendo al cumplimiento de los objetivos nacionales y europeos en materia de energía y clima.

De conformidad con el Reglamento de Disposiciones Comunes 2021/1060 (RDC), las autoridades de los programas, sus beneficiarios y las partes interesadas de los Estados miembros deben concienciar sobre los logros alcanzados con la cofinanciación de la Unión Europea, e informar en consecuencia al público en general. En este sentido, entre las **obligaciones** que le corresponden a la Agencia Andaluza de la Energía, **en calidad de órgano gestor del «Programa Andalucía FEDER 2021-2027»**, está el dar a conocer de manera ágil y precisa, tanto las actuaciones subvencionables como el procedimiento a seguir para solicitar las ayudas y los principales resultados obtenidos, **poniendo en valor la cofinanciación de la Unión Europea y de la Junta de Andalucía** en estos incentivos.

Asimismo, en el marco de este nuevo Programa Operativo, la Agencia Andaluza de la Energía va a poner en marcha Oficinas Locales para la Transición Energética (en adelante, OLTEAN) en todas las provincias andaluzas. Dichas oficinas, que se configuran en el ámbito de la colaboración público-privada, tienen por finalidad la de asesorar a posibles beneficiarios sobre los programas de incentivos INCEA e INEA, tecnologías y proyectos emergentes, proporcionando cobertura de proximidad y acompañándolos en las distintas etapas de tramitación; fin de favorecer la absorción de los fondos y la eficaz financiación de las políticas apoyadas a través de la financiación Comunitaria. Además, este proyecto de puesta en marcha de estas oficinas ha sido **seleccionado como una Operación de Importancia Estratégica (OIE) por parte de la Autoridad de Gestión y comunicado a la Comisión Europea.**

Por todo lo anterior, **se hacía necesario contar con asistencia técnica** para dar a conocer y difundir entre la sociedad andaluza todas las medidas puestas en marcha para impulsar los incentivos integrados de competitividad y energía para las cadenas de valor industriales, la minería sostenible y los espacios productivos en Andalucía, así como para el uso eficiente de la energía, y sobre las Oficinas Locales para la Transición Energética, a fin de contribuir al cumplimiento del Objetivo Político 2 previsto en el Programa Andalucía FEDER 2021-2027 para favorecer una economía baja en carbono y alcanzar sus resultados en el ámbito de la información y la comunicación, tales como dar a conocer los programas cofinanciados con fondos europeos, las políticas públicas que los motivan, las actuaciones en que se concretan y los logros derivados de las mismas.

Puede verificar la integridad 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	Mª TERESA ALONSO REGAÑA	20/10/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmWYKKE2FC8SZGL9UCRFERVGBDW	PÁG. 4/34	

2. OBJETO Y ALCANCE DEL CONTRATO

El objeto del contrato es, conforme al Pliego de Prescripciones Técnicas, la contratación del servicio de asistencia técnica para la elaboración y ejecución de **actuaciones de comunicación para los incentivos de mejora energética financiados a través del programa Andalucía FEDER 2021-2027**.

La empresa adjudicataria debía **diseñar, planificar, prestar asistencia técnica y ejecutar los trabajos** necesarios relacionados con la comunicación y visibilización de las actuaciones incentivadas a través de los Programas de incentivos INCEA e INEA, así como de los servicios prestados a través de las OLTEAN, a fin de cumplir con los objetivos recogidos en el apartado 2 del pliego de prescripciones técnicas.

Para ello, las actuaciones a plantear por la empresa adjudicataria debían plasmarse en un **Plan de Comunicación**, que será considerado como una **propuesta estimativa e inicial**, que debía adaptarse, en el curso de la ejecución del contrato, a las directrices y necesidades de la Agencia Andaluza de la Energía para el adecuado cumplimiento de los objetivos previstos en el apartado 2 del pliego de prescripciones técnicas.


Asimismo, conforme al Anexo I del PCAP, debe señalarse que el programa de incentivos INCEA comprende cuatro programas de actuación que se distribuyen en dos líneas de incentivos, una dirigida al desarrollo competitivo (Línea 1) y otra al uso eficiente de la energía (Línea 2), que es la que gestiona la Agencia Andaluza de la Energía, diseñadas con un carácter integrador y complementario entre sí que se traduce en que ambas líneas incluyen actuaciones de los cuatro programas de incentivos, con una finalidad global y requisitos comunes, así como una ventanilla electrónica única para la tramitación de los proyectos acogidos a cualquiera de las dos líneas, todo lo cual debía respetarse en las actuaciones de comunicación que se realicen sobre los referidos 4 programas de actuación.

Dentro de los trabajos a realizar por la empresa adjudicataria para cubrir cualquier necesidad de comunicación dirigida a satisfacer los objetivos del presente contrato, se incluían, los siguientes:


1. **Servicio de diseño, maquetación y/o producción** (ya sea en formato papel, digital o audiovisual), que incluirá, como mínimo:
 - o El diseño y producción de cualquier elemento informativo o publicitario que se precise, en cualquier formato (marketing –convencional y espectacular-, originales y adaptaciones para prensa y revistas, formatos para Internet – incluido redes sociales-, cuñas de radio, anuncios para televisión producciones audiovisuales –informativas, divulgativas, institucionales-, folletos, publicaciones, papelería y cartelería), debiendo la empresa adjudicataria hacer entrega de todos los artes finales y masters a la Agencia Andaluza de la Energía.

Se incluyen dentro de los referidos elementos, entre otros, los siguientes:

- Microespacios para televisión de hasta 1,5' y spots de hasta 30".
- Microespacios de radio de hasta 1,5' y spots de hasta 30".
- Páginas completas, 1/2 páginas y robapáginas para prensa.
- Publicaciones e infografías para redes sociales (X, Facebook, Instagram, LinkedIn, etc.).

Puede verificar la integridad 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	Mª TERESA ALONSO REGAÑA	20/10/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmWYKKE2FC8SZGL9UCRFERVGBDW	PÁG. 5/34	

- Vídeos divulgativos para redes sociales (hasta 1’).
 - Vídeos divulgativos para redes sociales (hasta 3’).
 - Folletos (dípticos y trípticos).
 - Carteles informativos.
 - Banners y carruseles para página web corporativa.
 - Microsite.
 - Enaras.
 - El diseño y maquetación de publicaciones, así como su distribución, en caso de que así sea solicitado por la Agencia.
 - Adaptación y actualización, en caso de ser necesario en el desarrollo de la ejecución del contrato, de la identidad corporativa de los programas INCEA e INEA, así como de las OLTEAN, respetando las normas establecidas en el Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía, así como las medidas de información y publicidad de actuaciones cofinanciadas con Fondos Europeos FEDER, y en el Manual corporativo de imagen aprobado para dichos programas.
2. **Servicio de asesoramiento y planificación**, que incluirá, como mínimo:
- El asesoramiento en la estrategia y planificación de aquellas campañas que, en su caso, se planifiquen.
 - El asesoramiento para la página web, las redes sociales y el entorno online de la Agencia.
 - La monitorización de la presencia en medios (televisión, radio prensa y on line) cuando así sea solicitado por la Agencia, y análisis de opinión, sentimiento y contenido de lo publicado, cuando así sea solicitado por la Agencia.
3. **Servicio de organización de eventos y jornadas**, que incluirá, como mínimo:
- La asistencia a la Agencia Andaluza de la Energía en la organización de actuaciones de comunicación interna o externa que se lleven a cabo, ya sean ferias, conferencias, foros, presentaciones, seminarios, jornadas y otros actos públicos, encargándose de cualquier actividad necesaria para la realización del mismo (convocatorias, diseño de invitación digital, atención de inscritos, streaming, viajes, traslados, alojamiento...), contratación de espacios, diseño y producción, en su caso, de stand, diseño y producción de contenidos del stand, contratación de mobiliario, catering, medios audiovisuales, etc., así como la grabación y montaje de vídeos de actos, eventos o jornadas en los que la Agencia participe, cobertura en las redes sociales, etc.
4. **Servicio de mediación y cursado ante los medios de acciones de comunicación** de carácter específico y puntual (inserciones publicitarias, compra de medios, patrocinios en medios, etc.).
5. **Otros servicios en materia de comunicación**, que incluirán, como mínimo:
- La realización de reportajes fotográficos. Los gastos generados por el desplazamiento, incluidas las dietas y otros aspectos necesarios para la correcta prestación del servicio, corren por cuenta del adjudicatario.
 - El diseño y producción de merchandising, si fuera necesario.

Puede verificar la integridad 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	Mª TERESA ALONSO REGAÑA	20/10/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmWYKKE2FC8SZGL9UCRFERVBGDW	PÁG. 6/34	

- La entrega de la repercusión en medios escritos, audiovisuales y/o digitales, de las actuaciones de comunicación llevadas a cabo en el marco de este contrato, así como de otras actuaciones relacionadas con los programas de ayudas INCEA e INEA, incluyendo una estimación de audiencia para dicho medio (visualizaciones, mediciones de audiencia por parte del propio medio, visitas, etc.).
- La entrega de la repercusión en redes sociales (X, LinkedIn, Facebook, Instagram, etc.) de las actuaciones de comunicación llevadas a cabo en el marco de este contrato, así como de aquellas relacionadas con los programas de ayudas INCEA e INEA o las OLTEAN, incluyendo el número de reacciones e interacciones (likes, comentarios, retuits, enviados, compartidos, guardados, y similares).
- Facilitar datos relevantes sobre los medios para valorar la presencia, la gestión de recursos, el seguimiento y evaluación de las actuaciones y, en general, cualquier otro trabajo, de carácter específico y/o complementario relacionado con el objeto del contrato.
- Traducción de los diferentes materiales producidos al inglés.
- Mediación y cursado de patrocinios y colaboraciones en foros, ferias o jornadas especializadas.


Por otro lado, en el **apartado 6 del PPT** “Planificación y seguimiento de los trabajos” se solicita que la empresa adjudicataria elabore “en un plazo máximo de 2 días desde la solicitud de la Agencia, una estimación de los medios necesarios para la ejecución de la acción, indicando la descripción pormenorizada de los trabajos a realizar y los objetivos a los que da cumplimiento, las personas del equipo de trabajo implicadas, el número de horas de servicios necesarias, importe total y plazo de ejecución. En las órdenes de trabajo se especificará el importe y la descripción de aquellos gastos específicos que la empresa adjudicataria tenga que realizar para llevar a cabo las actuaciones... La Agencia analizará la estimación presentada por la empresa y, si es adecuada, dará su conformidad y las instrucciones necesarias al jefe del Proyecto para el inicio de la tarea. En caso de no serlo, solicitará las modificaciones necesarias...”. En este apartado se señalan también los **informes que deberá presentar la empresa adjudicataria**, que incluye, en el caso de campañas en medios de comunicación, “un informe final de campaña en el que se deben incluir los justificantes de las inserciones firmados y sellados por el medio en cuestión... y las estimaciones del *Valor publicitario* y el *Valor de comunicación* de las actuaciones realizadas en medios”.

3. EMPRESAS LICITADORAS VALORADAS

Tomando en consideración todo lo anterior, el 18 de agosto de 2025 se publicó en el Perfil del Contratante de la Agencia Andaluza de la Energía anuncio de la convocatoria de licitación mediante procedimiento abierto para la contratación del Servicio de asistencia técnica para la elaboración y ejecución de actuaciones de comunicación para los incentivos de mejora energética financiados a través del Programa Andalucía FEDER 2021-2027 (CONTR 2025 393955).

El plazo de licitación finalizó el 15 de septiembre de 2025 a las 18:00 horas, siendo las empresas que han presentado ofertas, por orden alfabético, las siguientes:

- IMAGINE COMUNICACIÓN ANDALUZA, SLU.
- MARÍN Y ASOCIADOS, S.A.

Puede verificar la integridad 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	Mª TERESA ALONSO REGAÑA	20/10/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmWYKKE2FC8SZGL9UCRFERVGBDW	PÁG. 7/34	


Con fecha 16 de septiembre de 2025 se celebró sesión de la mesa de contratación del referido contrato, procediéndose a la apertura del Sobre electrónico nº 1. “Documentación acreditativa de los requisitos previos” y Sobre electrónico nº2: “Documentación relativa a los criterios de adjudicación valorados mediante un juicio de valor”. En la misma se examinó la documentación acreditativa de los requisitos previos, y se acordó ADMITIR a las dos empresas licitadoras por presentar correctamente toda la documentación.

Asimismo, tanto en el apartado 8.A. CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN del Anexo I del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares (en adelante, PCAP) donde se encuentran identificados los criterios de adjudicación ponderables en función de un juicio de valor, como en el apartado 5. Estructura y contenido de la oferta del Pliego de Prescripciones Técnicas (en adelante, PPT), se establecía que el Plan de Comunicación debe presentarse de forma estricta con la siguiente estructura y orden, y con el siguiente contenido:

1. Descripción de la estrategia creativa y de comunicación propuesta para cumplir con los objetivos recogidos en el apartado 2 del PPT.
2. Catálogo de actuaciones asociado a la estrategia creativa y de comunicación propuesta. Cada una de las actuaciones debe englobarse en los anteriores 5 servicios indicados en el apartado 4 del PPT (especificando en cuál/cuáles de ellos, en el caso de necesitar de varios), debiendo incluir:
 - Una descripción de cada una de las actuaciones propuestas (se solicita descripción, no mera enumeración) y público objetivo al que van dirigidas.
 - Justificación de las mismas en relación con la estrategia creativa y de comunicación propuesta para la consecución de los objetivos descritos en el apartado 2 del presente pliego.
 - Organización, logística y plazos para la ejecución de las acciones.
 - Estimación del número de horas dedicadas para la realización de cada una de las acciones propuestas, por todos los conceptos que se incluyan en la prestación de las mismas.
 - En la medida de lo posible, ejemplos visuales de trabajos realizados similares a los propuestos (deben incluirse de forma gráfica en la oferta, no aceptándose contenidos a los que deba accederse a través de enlaces externos).

Al final de este catálogo se debía incluir una tabla resumen en la que se incluya el listado de todas y cada una de las actuaciones propuestas, así como el número de horas estimativas para su realización por servicios.

3. Propuesta de funcionamiento, coordinación y gestión del contrato, con el siguiente contenido mínimo:
 - Un procedimiento para el encargo y seguimiento de las actuaciones de comunicación mediante órdenes de trabajo, incluyendo los mecanismos para dar respuesta a las actuaciones de comunicación solicitadas por parte de la Agencia con urgencia, así como para garantizar el cumplimiento de los plazos de entrega.
 - Un procedimiento para entregar a la Agencia los trabajos debidamente revisados y supervisados.

Puede verificar la integridad 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	Mª TERESA ALONSO REGAÑA	20/10/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmWYKKE2FC8SZGL9UCRFERVBGDW	PÁG. 8/34	

- Una propuesta de contenidos para las órdenes de trabajo e informes solicitados en el apartado 6. PLANIFICACIÓN Y SEGUIMIENTO DE LOS TRABAJOS del presente pliego.
- Una herramienta on-line que permita a la Agencia el seguimiento y control necesarios para la adecuada gestión del contrato.

Asimismo, en el referido apartado 8.A. del PCAP, se establecía que la extensión máxima de la propuesta técnica, incluyendo portada y contraportada, anexos o cualquier otra documentación adicional que introduzca la empresa, era de 40 folios a una sola cara, en los que debía sintetizar la filosofía de la propuesta estrategia creativa y de comunicación presentada, con su correspondiente catálogo de actuaciones, incluyendo gráficamente los ejemplos propuestos, así como la propuesta de funcionamiento. No eran valorables los contenidos a los que se deba acceder a través de enlaces o dispositivos externos. Tampoco se valora el contenido de las páginas que sobrepasen los referidos 40 folios a una sola cara y la falta de presentación de alguno de los tres apartados solicitados era causa de exclusión de la oferta del procedimiento de adjudicación.

A este respecto, ambas empresas cumplen con lo establecido, ya que la extensión de las ofertas no supera los 40 folios a una sola cara y presentan los 3 apartados solicitando, no habiendo aportado tampoco ningún contenido al que se deba acceder a través de enlaces o dispositivos externos.


4. CRITERIOS DE VALORACIÓN Y METODOLOGÍA APLICADA

La valoración de cada una de las ofertas presentadas se ha estructurado conforme a los siguientes apartados y criterios de adjudicación ponderables en función de un juicio de valor establecidos en el Anexo I “Características del contrato” del PCAP, valorándose hasta un **máximo de 35 puntos** conforme al siguiente desglose:

- Descripción de la estrategia creativa y de comunicación propuesta para cumplir con los objetivos recogidos en el apartado 2 del Pliego de Prescripciones Técnicas. Se ha valorado con hasta un **máximo de 6 puntos** conforme a la siguiente escala:

Estrategia creativa y de comunicación	6 puntos
No se detalla	0
Se describe de forma parcial la estrategia creativa y de comunicación propuesta para cumplir con los objetivos, no dando ésta respuesta a los mismos.	1-2
Se describe adecuadamente la estrategia creativa y de comunicación propuesta para cumplir con los objetivos, siendo ésta coherente con los mismos.	3-4
Se describen con gran detalle y precisión la estrategia creativa y de comunicación propuesta para cumplir con los objetivos, siendo ésta coherente y aportando valor añadido para facilitar la consecución de los mismos.	5-6


- Catálogo de actuaciones asociado a la estrategia creativa y de comunicación propuesta, en el que se debe incluir toda la información requerida en el apartado 5 del Pliego de

Puede verificar la integridad 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	Mª TERESA ALONSO REGAÑA	20/10/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmWYKKE2FC8SZGL9UCRFERVGBDW	PÁG. 9/34	

Prescripciones Técnicas. Se ha valorado con hasta un **máximo de 20 puntos** conforme a la siguiente escala:

Catálogo de actuaciones	Puntuación
Descripción del catálogo	10 puntos
Subcriterio 1: No se detalla o es una mera enumeración.	0
Subcriterio 2: Se describen parcialmente las actuaciones a realizar, el público objetivo al que van dirigidas y/o dichas actuaciones no se justifican en relación con la estrategia creativa y de comunicación propuesta.	1-3
Subcriterio 3: Se describen adecuadamente las actuaciones propuestas, se especifica el público objetivo al que van dirigidas y dichas actuaciones se justifican en relación con la estrategia creativa y de comunicación propuesta.	4-7
Subcriterio 4: Se describen con gran detalle las actuaciones propuestas, se especifica y justifica el público objetivo al que van dirigidas y las actuaciones propuestas se justifican y son coherentes con la estrategia creativa y de comunicación propuesta.	8-10
Organización, logística y plazos para la ejecución de las acciones, así como número de horas estimadas para su desarrollo.	7 puntos
Subcriterio 1: No se detallan.	0
Subcriterio 2: Se describen parcialmente la organización, logística y plazos para la ejecución de las actuaciones y/o éstos no son coherentes con la adecuada ejecución de las actuaciones y el número estimado de horas.	1-2
Subcriterio 3: Se describen adecuadamente la organización, logística y plazos para la ejecución de las actuaciones, siendo éstos coherentes con la adecuada ejecución de las actuaciones y el número estimado de horas.	3-5
Subcriterio 4: Se describen con gran detalle la organización, logística y plazos para la ejecución de las actuaciones, siendo éstos coherentes con la adecuada ejecución de las actuaciones y el número estimado de horas, sobre las cuales, además realizan una justificación de su estimación.	6-7
Ejemplos visuales de trabajos similares	3 puntos
Subcriterio 1: No se aportan.	0
Subcriterio 2: Se aportan pocos ejemplos visuales de las actuaciones propuestas y/o éstos no son coherentes con las actuaciones propuestas.	1
Subcriterio 3: Se aportan numerosos ejemplos visuales de las actuaciones propuestas y en su mayoría éstos son coherentes con las actuaciones propuestas.	2-3

- Propuesta de funcionamiento y coordinación. Se ha valorado con hasta un **máximo de 9 puntos** en función del siguiente desglose:

Puede verificar la integridad 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	Mª TERESA ALONSO REGAÑA	20/10/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmWYKKE2FC8SZGL9UCRFERVBGDW	PÁG. 10/34	


Propuesta de funcionamiento y coordinación	Puntuación
Procedimiento para el encargo y seguimiento las actuaciones de comunicación.	2 puntos
Subcriterio 1: No se detalla.	0
Subcriterio 2: Se describe parcialmente el procedimiento para el encargo y seguimiento de las actuaciones, no garantizándose el adecuado funcionamiento, coordinación y gestión del contrato.	1
Subcriterio 3: Se describe adecuadamente el procedimiento para el encargo y seguimiento de las actuaciones, incluyendo los mecanismos para dar respuesta a las actuaciones de comunicación solicitadas por parte de la Agencia con urgencia, así como para garantizar el cumplimiento de los plazos de entrega, garantizándose el adecuado funcionamiento, coordinación y gestión del contrato.	2
Procedimiento para la entrega de los trabajos	2 puntos
Subcriterio 1: No se detalla.	0
Subcriterio 2: Se describe parcialmente el procedimiento para la entrega de los trabajos, no garantizándose la revisión y supervisión necesaria para asegurar la calidad de los trabajos entregados.	1
Subcriterio 3: Se describe adecuadamente el procedimiento para la entrega de los trabajos para garantizar la revisión y supervisión necesaria que asegure la calidad de los trabajos entregados.	2
Propuesta de contenidos para las órdenes de trabajo e informes solicitados	3 puntos
Subcriterio 1: No se detalla.	0
Subcriterio 2: Se describe parcialmente la propuesta de contenidos de las órdenes de trabajo e informes, no garantizándose una adecuada planificación y seguimiento de los trabajos.	1
Subcriterio 3: Se describe adecuadamente la propuesta de contenidos de las órdenes de trabajo e informes que garantiza una adecuada planificación y seguimiento de los trabajos.	2-3
Herramienta on-line	2 puntos
Subcriterio 1: No se describe cómo cubrirá la herramienta propuesta las necesidades de seguimiento y control para la adecuada gestión del contrato.	0
Subcriterio 2: Se describe adecuadamente cómo cubrirá la herramienta propuesta las necesidades de seguimiento y control para la adecuada gestión del contrato.	1-2

Para clarificar al máximo posible la valoración realizada, el presente **informe recoge información descriptiva de lo ofertado** por cada uno de los licitadores, que sirve como **evidencia documental para argumentar y apoyar la valoración realizada.**

5. VALORACIÓN DE PROPUESTAS

A continuación, se detalla la valoración de las dos propuestas presentadas, ordenadas por orden alfabético y estructurada conforme a los apartados descritos en el punto 4 del presente informe.

La empresa IMAGINE COMUNICACIÓN ANDALUZA, SLU manifiesta en el Anexo III “Declaración de confidencialidad”, que serán confidenciales los puntos de su propuesta relativos a “1.2. Estrategia creativa y de comunicación”, “3.1. Procedimiento para el encargo y seguimiento de las actuaciones de comunicación” y “3.2. Procedimiento para entrega de trabajo”.

Puede verificar la integridad 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	Mª TERESA ALONSO REGAÑA	20/10/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmWYKKE2FC8SZGL9UCRFERVBGDW	PÁG. 11/34	

Tomando en consideración lo anterior, si bien **MARIN Y ASOCIADOS, S.A. no suscribe ningún anexo de confidencialidad**, los referidos puntos, así como aquéllos que estén relacionados con su contenido dentro de los apartados “Estrategia creativa y de comunicación” y “Propuesta de funcionamiento y coordinación”, **se reseñarán en este informe sin describir detalles concretos de ninguna de las empresas, a fin de dar coherencia a lo todo lo recogido en el presente informe.**

5.1. IMAGINE COMUNICACIÓN ANDALUZA, SLU

La propuesta técnica realizada por IMAGINE COMUNICACIÓN ANDALUZA, SLU **incluye el contenido mínimo** requerido en el PPT y en el PCAP (Descripción de la estrategia creativa y de comunicación, Catálogo de actuaciones y Propuesta de funcionamiento, coordinación y gestión del contrato) y se ha **presentado dispuesto en un índice y siguiendo escrupulosamente el orden** establecido en los referidos pliegos.

A. Estrategia creativa y de comunicación (Máximo 6 puntos)

La empresa comienza su propuesta con una adecuada introducción sobre el trabajo que desarrolla la Agencia como gestora de los fondos FEDER y la importancia de realizar una comunicación idónea para informar y dinamizar a los públicos destinatarios, así como para el cumplimiento de los objetivos establecidos, ofreciéndose como una extensión especializada del equipo de la Agencia.


Asimismo, explica los pilares fundamentales sobre los que se basa su propuesta, enfocados al desarrollo de un relato común y coherente para los programas INCEA, INEA y la red de Oficinas Locales de Transición Energética de Andalucía (OLTEAN), así como el establecimiento de un sistema de trabajo basado en la mejora continua y la visibilización de Europa.

La empresa expone y justifica muy adecuadamente cómo se alinea su estrategia creativa y su concepto estratégico con los objetivos de comunicación establecidos en el apartado 2 del PPT para informar sobre los mecanismos de financiación, concienciar a la sociedad sobre la necesidad de llevar a cabo medidas dirigidas a la eficiencia energética, fomentar un cambio de cultura energética y activar la demanda de productos y servicios energéticos, entre otros.

Su eje creativo se basa en el establecimiento de un lema enfocado correctamente a la realidad andaluza, el cual describe pormenorizadamente, señalando que lo adaptarán a cada público objetivo, en función del programa al que se haga referencia, (INEA, INCEA o las OLTEAN), explicando cómo lo harán, haciendo referencia a colores, iconografía y herramientas a utilizar.

IMAGINE COMUNICACIÓN ANDALUZA cuenta detalladamente cómo será el despliegue en tres fases de los Ejes estratégicos de comunicación que proponen, especificando elementos y herramientas que se diseñarían en cada etapa en función de los públicos objetivos.

Detalla también sus objetivos en materia de comunicación que actuarán como hoja de ruta del Plan de Comunicación, los cuales refuerzan los ya comentados objetivos de comunicación establecidos en el apartado 2 del PPT.

Puede verificar la integridad 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	Mª TERESA ALONSO REGAÑA	20/10/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmWYKKE2FC8SZGL9UCRFERVGBDW	PÁG. 12/34	

Incluye un apartado específico de “Audiencias” donde describe con gran detalle y de forma concisa a qué grupos de públicos se dirigirá (8 grupos en total) en función del programa de ayuda de que se trate y tipo de beneficiario, personalizando los mensajes (aporta hasta 20 ejemplos) y actuaciones, explicando cómo será la comunicación con ellos y desglosando sus motivaciones y barreras.

También introduce una sección de “Narrativa y mensajes clave por público objetivo” en la que insisten en estos aspectos y definen cómo será la narrativa que se adapta a las motivaciones, expectativas y lenguajes de cada público objetivo definido.

En el apartado relativo a “Línea gráfica creativa”, la misma se enfoca a una base unificada que conecte los programas de incentivos con el lema general propuesto. Así, la empresa indica que para INCEA la visualidad se centrará en la eficiencia industrial y el progreso económico; y para INEA pondría el foco en ciudadanos y pymes, señalando algunos elementos que usará para representarlos sobre ambos programas. Propone además crear una imagen corporativa para las OLTEAN: logo (que partirá de la imagen de INEA e INCEA) y manual de identidad visual (con protocolo de resolución de dudas y formulario de soporte...). A este respecto, si bien la Agencia Andaluza de la Energía cuenta ya con esta imagen y manual, esta propuesta se considera muy acertada, ya que el ofertante ha sabido ver esa necesidad en materia de comunicación. Además, muestran la elaboración de dos propuestas creativas, con 6 imágenes cada una, para la visualización gráfica de los programas INCEA, INEA y las oficinas OLTEAN.


VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO

Dentro del apartado “**Descripción de la estrategia creativa y de comunicación propuesta para cumplir con los objetivos recogidos en el apartado 2 del Pliego de Prescripciones Técnicas**”, IMAGINE COMUNICACIÓN ANDALUZA propone el desarrollo de una estrategia de comunicación con un **relato común, coherente para los programas INCEA, INEA y la red de Oficinas Locales de Transición Energética de Andalucía**, con un **lema** que se considera adecuado a la realidad andaluza, el cual, además, propone adaptar **a cada público objetivo**, estando todas las propuestas perfectamente **justificadas y alineadas con los objetivos de comunicación establecidos en el apartado 2 del PPT** y estableciendo objetivos propios en materia de comunicación que refuerzan y complementan los establecidos en el PPT.

Asimismo, describe de forma detallada y concisa los **grupos de públicos objetivos** a los que se dirigirá, distinguiendo por tipo de programa, para quienes **personalizarán los mensajes y acciones del Plan de Comunicación**. Así mismo, detalla algunos de los **elementos y herramientas** que utilizarán para llegar a ellos y **explican cómo serán los mensajes** que les dirigirán, incluyendo dos o tres ejemplos para cada uno, hasta **un total de 20**.

Además, muestran **dos propuestas creativas** para la visualización gráfica de los programas INCEA, INEA y las oficinas OLTEAN. Para éstas últimas, IMAGINE COMUNICACIÓN ANDALUZA propone asimismo la **creación de una imagen corporativa**, sabiendo ver la importancia de esta figura y su nexa con los programas de incentivos.

Tomando en consideración todo lo anterior, se considera que **la empresa describe “con gran detalle y precisión la estrategia creativa y de comunicación** propuesta para cumplir con los objetivos, siendo ésta coherente y aportando valor añadido para facilitar la consecución de los

Puede verificar la integridad 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	Mª TERESA ALONSO REGAÑA	20/10/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmWYKKE2FC8SZGL9UCRFERVGBDW	PÁG. 13/34	

mismos”, motivo por el cual se ha **valorado con una puntuación total de 6 puntos** (sobre un máximo de 6).


B. Catálogo de actuaciones asociado a la estrategia creativa y de comunicación propuesta (Máximo 20 puntos)

IMAGINE COMUNICACIÓN ANDALUZA especifica antes de presentar su Catálogo que el Plan de Comunicación (al que llama como el lema creado para su estrategia creativa) será el primer entregable de la propuesta, previo al desarrollo y ejecución de todas las actuaciones; indicando el plazo para su implementación, así como que se trata de un documento vivo que será revisado periódicamente.

La empresa presenta un Catálogo compuesto por **13 actuaciones**, que se distribuyen entre los 5 servicios definidos en el PPT. **En todas ellas, se incluye la descripción de la actuación, público objetivo; organización, logística y plazos, y horas requeridas; y se justifican en relación con la consecución de los objetivos descritos en el apartado 2 del PPT. En 9 de ellas se muestra algún ejemplo** similar realizado para otra entidad, **en total, 14 ejemplos**. Incluye el **cuadro resumen** de actuaciones y también un **calendario con la relación de las actuaciones propuestas a lo largo de dos años**.

Así, IMAGINE COMUNICACIÓN ANDALUZA describe todas las actuaciones con el suficiente detalle para entender su función dentro del plan de comunicación previsto por la empresa, enlazadas a través del lema y los microlemas asociados. Comienza el catálogo planteando el diseño de una **campaña audiovisual multiformato**, que estará compuesta por microespacios y spot para radio, cápsulas para redes sociales y un vídeo explicativo con infografías animadas que “desglosen las rutas de financiación de los incentivos y el funcionamiento de las OLTEAN”, con sus correspondientes versiones con subtítulos en castellano y traducción al inglés. Esta campaña tiene como objetivo “convertir los datos y la complejidad de las ayudas en relatos que inspiren y movilicen”. En cuanto a la organización, logística y plazos para la ejecución de esta acción, la empresa invertirá 250 horas, las cuales desglosa por funciones a realizar y por servicios (diseño, maquetación y/o producción; Servicio de asesoramiento y planificación; Servicio de mediación y cursado ante los medios; Otros servicios en materia de comunicación). Define también cómo será la organización del trabajo desglosando por fases, considerándose el tiempo de ejecución planteado razonable para una adecuada ejecución. Como ejemplo, describe el llevado a cabo para la Consejería de Presidencia, mostrando 3 imágenes de las cápsulas realizadas para redes sociales.

La segunda actuación propuesta es un **Microsite interactivo** en el que invertirá 400 horas (desglosadas por fases), para simplificar el proceso de búsqueda, solicitud e idoneidad de las ayudas, “superando la barrera de la complejidad técnica y burocrática” que incluirá herramientas intuitivas, como calculadora de ahorro y un mapa interactivo de las oficinas OLTEAN. Así, explica el tipo de rutas, filtros y algunos de los contenidos que tendrá; y señala que “implementarán prácticas de SEO técnico y analítica web avanzada (Google Analytics/Tag Manager / eventos)” y la posibilidad de añadir “versión en lectura fácil para colectivos vulnerables”, cuestión que se considera muy interesante y necesaria para llegar correctamente a este grupo de población. La ofertante indica el público objetivo al que pretende llegar y justifica correctamente el porqué de esta medida. Enumera las 3 partes en las que dividirá la organización y los plazos para cada una, siendo éstos razonables


Puede verificar la integridad 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	Mª TERESA ALONSO REGAÑA	20/10/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmWYKKE2FC8SZGL9UCRFERVBGDW	PÁG. 14/34	

para su correcta ejecución. Describe 1 ejemplo de microsite interactivo realizado para EPEA y muestra una imagen del mismo.

Se valora también de manera muy positiva la actuación de “**Diseño y producción de un kit de identidad visual para las OLTEAN**”, que incluirá desde señalética para los puntos presenciales (tótems, vinilos), folletos informativos, cartelería y plantillas digitales editables. Para ello proponen la creación de un manual de identidad visual de las OLTEAN (ofreciendo algunos detalles sobre su desarrollo), que señala irá en coherencia con el Manual de Identidad de la Junta de Andalucía y la visibilidad de la cofinanciación FEDER. En este sentido, hay que indicar que, si bien la Agencia Andaluza de la energía ya dispone de un manual de identidad para las OLTEAN (algo que no tiene por qué conocer la empresa), ésta ha sabido ver la necesidad de este elemento de comunicación. Define el público objetivo y justifica la actuación en relación con la consecución de los objetivos descritos en el apartado 2 del PPT. Informa que invertirá una estimación de 70 horas en su realización, especificando las fases de realización, y cómo serán la organización y los plazos para el diseño y la producción física, siendo estos coherentes con la actuación.

Como cuarta actuación la empresa propone la creación de un documento estratégico de contenidos con un calendario editorial trimestral sobre posts, vídeos, noticias, webinars que se implementará en múltiples canales, denominado **Plan de contenidos multicanal**, en el cual se definirá y desarrollará un mapa temático según la plataforma y público objetivo. Incluirá playbooks (FAQ, política de respuesta, protocolo de crisis) para redes sociales y plantillas (visuales y textuales) editables, servicio de escucha social y monitorización *online* y *offline* de medios para rastrear menciones de palabras clave con una definición de taxonomías (INEA, INCEA, OLTEAN, etc.), así como la medición del número de reacciones e interacciones en redes sociales. La empresa también propone configurar alertas para gestionar riesgos reputacionales con informes trimestrales detallados (indicando qué incluirán). IMAGINE COMUNICACIÓN ANDALUZA justifica esta acción como forma de garantizar que cada público reciba la información que necesita en el formato y el tono adecuados. La estimación de horas para este trabajo es de 240 anuales divididas por fases. Describe también los plazos requeridos para la organización, los cuales son adecuados. Muestra 2 ejemplos: el Carrusel informativo sobre el Día de la Bandera de Andalucía y los consejos de ciberseguridad creados dentro de la estrategia de contenidos para el Centro de Ciberseguridad de Andalucía (CIAN).


Expresamente dirigidos al tejido productivo estratégico (minería sostenible, aeroespacial, hidrógeno renovable...), aunque también cuenta como público objetivo con la Administración pública y los medios de comunicación, la empresa propone la **creación, organización, promoción y difusión de cuatro webinars online** para dar a conocer los incentivos y las OLTEAN, los cuales tendrán su propio microlema derivado del principal. Este servicio, informa la empresa, se complementará con la asistencia en la organización y participación en jornadas, webinar, conferencias y otros actos públicos donde esté presente la Agencia Andaluza de la Energía. Además, cada evento contará con un “kit de materiales visuales y gráficos para la administración pública que estará diseñado y perfilado según el evento. Esto incluye diseño, creación, cobertura y monitorización en diferentes formatos (redes sociales, material gráfico, etc.)”. Por ello, la estimación de horas se calcula de forma anual (132), detallando su planificación y ejecución. La empresa describe las funciones que ha hecho para otros clientes en este aspecto y aporta dos ejemplos de webinars: Día de Internet para Andalucía Vuela y las Jornadas AgroConecta realizadas para la Agencia de Gestión Agraria y Pesquera de Andalucía.

Puede verificar la integridad 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	Mª TERESA ALONSO REGAÑA	20/10/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmWYKKE2FC8SZGL9UCRFERVGBDW	PÁG. 15/34	

La sexta medida propuesta a la que dedicarán unas 170 horas estimadas (divididas por fases) es al desarrollo de una **guía digital en PDF interactivo** que acompañará a ciudadanos y pymes en el proceso de solicitud de los incentivos traduciendo la información técnica y administrativa (como plazos, requisitos o documentación) en un lenguaje claro, sencillo y accesible. Además de esta actuación, crearán materiales informativos adaptados a diferentes niveles de complejidad, los cuales especifican y se consideran adecuados. Todos ellos seguirán “principios de lectura fácil y llamadas a la acción directas que redirija a las OLTEAN”. Con esta medida, que llegará a todos los públicos objeto de este contrato, entre otros, justifican que pretenden también “reducir la carga de las oficinas” y facilitar “la replicabilidad por parte de ayuntamientos y asociaciones, amplificando la difusión del mensaje y fomentando un cambio en la cultura energética”. En organización y plazos indican las semanas que dedicarán a llevar a cabo estas actuaciones.

Se valora muy positivamente, por lo que supone para llegar al público en general y por el hecho de acercarse a un elemento (el móvil) que utiliza prácticamente toda la población, el desarrollo de una herramienta digital a través de WhatsApp, con la que se orientará y guiará a los usuarios hacia el incentivo adecuado (INEA/INCEA) “redirigiendo a los usuarios a la OLTEAN más cercana”. Este **Chatbot WhatsApp conversacional**, que se enmarca en los servicios de diseño, maquetación y/o producción; asesoramiento y planificación y otros servicios en materia de comunicación, podría incluir, si así se valora, la posibilidad de que se integre con CRM y de extraer datos anonimizados para informes para la optimización del trabajo del personal de las OLTEAN. Indica también que se podría implementar automatización en las respuestas a preguntas frecuentes que lancen los suscriptores. La empresa explica que esta herramienta supondrá unas 250 horas de trabajo (desglosadas por actuaciones), y su finalidad es la de reducir la carga de consultas presenciales “aumentando la conversión de la visita digital en una solicitud real”. Además, “genera datos valiosos que pueden ser utilizados para mejorar las políticas públicas y para la creación de dashboard interactivos”. También indica cuánto tiempo invertirá por fase para poner en marcha esta actuación que resulta muy interesante ya que la empresa ha entendido la necesidad de contar con herramientas de apoyo para posibles beneficiarios (la cual, además, la Agencia ha previsto como uno de los servicios necesarios para poner en marcha las OLTEAN). IMAGINE COMUNICACIÓN ANDALUZA aporta como ejemplo el canal de WhatsApp del Programa de capacitación digital 'Preparadas' de la Junta de Andalucía que cuenta ya con más de 2.700 suscriptores.

La octava actuación es una **Campaña en medios integrada** (sujeta a disponibilidad de recursos) con el nombre del lema creado, que incluirá cuñas de radio segmentadas, spots de televisión, inserciones en prensa regional y especializada, y campañas digitales con segmentación avanzada y donde cada pieza “será adaptada para el público y el soporte, asegurando la coherencia del mensaje”. No queda claro si las piezas se diseñarían dentro de esta actuación y entrarían dentro de la estimación de 380 horas que hace la empresa. Además, la organización y plazos que establece para esta actuación es de 8 semanas, también para la “planificación y negociación”. El público objetivo de esta medida serán la ciudadanía, industrias y administraciones para asegurar “una cobertura masiva y focalizada” para cumplir los objetivos de difusión. La empresa, como en todas las actuaciones, indica los Servicios implicados y muestra dos ejemplos de elementos de campaña en medios: Diferentes adaptaciones para la campaña de medios de las Universidades Públicas de Andalucía y frames del spot de televisión para la Consejería de Universidad, Investigación e Innovación; y otro ejemplo de publicidad exterior en autobuses, que no estaría relacionado con lo expuesto en este punto.


Puede verificar la integridad 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	Mª TERESA ALONSO REGAÑA	20/10/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmWYKKE2FC8SZGL9UCRFERVGBDW	PÁG. 16/34	

La novena medida, que se dirige directamente al objetivo de comunicar institucionalmente “el impacto del trabajo realizado de forma transparente y visual, demostrando el valor de los fondos europeos FEDER y la gestión de la Junta de Andalucía” supone la creación de un **Dashboard público y administrativo de seguimiento** de actualización periódica y con capacidad de exportación de datos, en la que desglosa el público objetivo al que se dirige. 3 servicios estarían implicados: de diseño, maquetación y/o producción; de asesoramiento y planificación; y otros servicios en materia de comunicación. Este panel de datos interactivo permitirá la visualización del número de proyectos financiados, indicadores de impacto (empleo generado, potencia renovable instalada, mejoras de eficiencia), y mapas interactivos con OLTEAN (se entiende que sería volcar la información de los mapas que elaborarían en la segunda actuación propuesta). Ofrecen además la posibilidad de integrar el dashboard en otra página web que permita una difusión masiva de los resultados, amplificando el impacto de la campaña de comunicación. La estimación de horas para su desarrollo es de 280, divididas en fases que desglosa. La empresa indica también la organización y plazos.

De gran utilidad se considera la **Campaña fotográfica**, con un máximo 6 localizaciones diferentes para generar un banco de imágenes de beneficiarios (industria, hogar, autónomos, colectivos...), el cual “podrá formar parte de una exposición itinerante mostrada en las diferentes OLTEAN”, para su uso en materiales impresos, digitales, institucionales y prensa. Para su realización la empresa ha estimado 90 horas (Planificación (10h), sesiones de campo (50h), postproducción y etiquetado (20h), entrega y documentación (10h)) con una organización y plazos de 10 horas en “Planificación” para coordinar las sesiones en un mínimo de localizaciones; y una “Producción” de 6-8 semanas “para la realización de las sesiones fotográficas”. Es difícil hacer una valoración sobre si estas 6-8 semanas son excesivas, puesto que se desconoce el número mínimo y máximo de fotos que tendrá este banco de imágenes y si las 6 localizaciones serán en provincias andaluzas diferentes.

Capacitar al personal de las OLTEAN en el uso de las herramientas digitales que se desarrollen en este plan de comunicación (como el microsite, dashboard, chatbot), y reforzar sus habilidades para conectar de forma eficaz con los diversos públicos “asegurando una atención homogénea y de alta calidad en toda Andalucía” es lo que busca la empresa con la actuación **Programa de formación modular online para personal de las OLTEAN**, con una estimación de 100 horas, que especifica por tareas. Para ello, IMAGINE COMUNICACIÓN ANDALUZA prevé la entrega de manuales operativos y checklists para asegurar la homogeneidad del servicio, describiendo su organización y plazos para llevarlo a cabo, los cuales se consideran adecuados para el alcance descrito por la empresa en su propuesta. El público objetivo también se enfoca en técnicos municipales. La empresa aporta un ejemplo de curso realizado para la Junta de Andalucía.

Dirigido a la ciudadanía, estudiantes, pymes y comunidades energéticas, la empresa plantea la realización de un **concurso público para la captación de ideas de ahorro e innovación energética** en municipios y comunidades energéticas en las OLTEAN. Expone que se promocionará “a nivel local y se creará una plataforma online para la recepción de propuestas” y como premio podrían obtener asesoramiento técnico y el apoyo de las OLTEAN para su implementación “generando un impacto tangible y participativo”. IMAGINE COMUNICACIÓN ANDALUZA considera que de esta forma se fomenta la participación activa y que permitirá visibilizar iniciativas locales. Dentro de la organización y plazos, definen cómo llevarían a cabo la actuación con una estimación de 160 horas desglosadas por fases. La empresa indica a qué servicios se adhiere esta medida y describen como ejemplo el Concurso del “Día de Internet” para la campaña “Preparadas” de la Junta de Andalucía, del que aporta imagen; y describen el ejemplo realizado para el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades. Respecto a esta actuación, si bien se considera muy interesante para conseguir la

Puede verificar la integridad 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	Mª TERESA ALONSO REGAÑA	20/10/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmWYKKE2FC8SZGL9UCRFERVGBDW	PÁG. 17/34	

participación e implicación ciudadana en temas relacionados con eficiencia energética y energías renovables, debe tenerse en cuenta que las OLTEAN únicamente podrían asesorar a proyectos que entren dentro de las categorías que son elegibles y se incentiven en las dos Órdenes de ayuda que gestionará la Agencia.

Como última actuación de su Catálogo, la empresa propone el desarrollo del diseño gráfico y producción de una **línea de merchandising sostenible** vinculada a la narrativa de los programas INEA, INCEA y las OLTEAN. Para ello, plantea “una pieza con alto valor simbólico, alineada con la identidad visual de la campaña”, cuya producción estará sujeta a disponibilidad presupuestaria; si bien no especifican para que tipo de actuaciones podría utilizarse, ni concretan los elementos a diseñar dentro de esta línea. Indica que además “se apoyará y asistirá en el diseño de propuestas de merchandising producidos por la Agencia Andaluza de la Energía, que incluirá, entre otros, mockups digitales de uso inmediato en presentaciones o documentos para dotar de recursos creativos que podrán ser producidos posteriormente por la AAE a través de proveedores homologados”. Como público objetivo de esta medida señala a “asistentes a jornadas, visitantes de las OLTEAN y prescriptores”. La empresa matiza muy acertadamente que todos los materiales incluirán “la mención y banda de cofinanciación FEDER y respetarán el Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía y las medidas de visibilidad exigidas” y que pondrán especial énfasis “en la creación de piezas informativas adaptadas a públicos vulnerables (versiones de lectura fácil y opciones de audio) cuando lo requiera la acción”. Como justificación de esta actuación exponen que “el diseño de merchandising actúa como refuerzo tangible de la cultura energética y como vehículo de visibilidad del FEDER en espacios presenciales”. Detallan los servicios que utilizarían, la estimación de horas (100), así como la organización y plazos, y muestran 3 ejemplos de merchandising producido para las iniciativas Andalucía Vuela, Aprende Volando y PREPARADAS.


Finalmente, la empresa aporta una **tabla resumen** con 5 filas y 3 columnas donde ha desglosado en bloque las horas que dedicará divididas por los 5 servicios y **otra tabla** detallada donde enumera cada una de las **13 actuaciones con sus fases** de trabajo, horas estimadas para cada fase, a qué servicios se adhiere y las horas globales estimadas para su realización, cumpliendo así con lo solicitado en los PPT y PCAP. Además, la empresa aporta un **“Calendario de actuaciones”** con una planificación que abarca dos años, donde ordena por meses las diferentes fases de ejecución de cada una de las 13 actuaciones.

VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO

Tomando en consideración todo lo anterior, a continuación, se recoge la valoración global asociada a este criterio, desglosada por los tres apartados recogidos en el PCAP.

a. Descripción del catálogo de actuaciones (máximo 10 puntos)

La información correspondiente al Catálogo de actuaciones es **muy adecuada** y se considera de **gran calidad**. Las medidas propuestas **aportan mucho valor** al objeto del contrato para dar a conocer y difundir entre la sociedad andaluza los incentivos integrados de competitividad y energía; y para el uso eficiente de la energía, así como las Oficinas Locales para la Transición Energética, incluyendo también a los colectivos vulnerables como público al que hay que dirigirse de una forma más clara y sencilla.

Puede verificar la integridad 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	Mª TERESA ALONSO REGAÑA	20/10/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmWYKKE2FC8SZGL9UCRFERVGBDW	PÁG. 18/34	

La empresa **describe correctamente 13 actuaciones**, además, perfectamente justificadas, personalizadas para la Agencia y en clara asociación con la estrategia creativa y de comunicación propuesta, entre las que se encuentran una Campaña audiovisual multiformato, un Microsite interactivo, la elaboración de un Kit de identidad visual para las OLTEAN; un Plan de contenidos multicanal o un Programa de formación modular online para personal de las OLTEAN.

Tomando en consideración todo lo anterior, **la empresa describe “con gran detalle** las actuaciones propuestas, se especifica y justifica el público objetivo al que van dirigidas y las actuaciones propuestas se justifican y son coherentes con la estrategia creativa y de comunicación propuesta”, motivo por el cual se ha **valorado con una puntuación total de 10 puntos** (sobre un máximo de 10).

b. Organización, logística y plazos para la ejecución de las acciones, así como número de horas estimadas para su desarrollo (máximo 7 puntos).

IMAGINE COMUNICACIÓN ANDALUZA ha incluido en cada actuación una descripción detallada sobre la organización, logística, plazos y horas de trabajo requeridas para su realización, dividiendo las mismas entre todas las fases del proceso y detallando a qué Servicios se adscriben.

Tomando en consideración todo lo anterior, se considera que **la empresa describe “con gran detalle** la organización, logística y plazos para la ejecución de las actuaciones, siendo éstos coherentes con la adecuada ejecución de las actuaciones y el número estimado de horas, sobre las cuales, además realizan una justificación de su estimación”, motivo por el cual se ha **valorado con una puntuación total de 7 puntos** (sobre un máximo de 7).

c. Ejemplos visuales de trabajos similares (máximo 3 puntos).


IMAGINE COMUNICACIÓN ANDALUZA ha descrito adecuadamente en 9 actuaciones propuestas en su Catálogo un total de 14 ejemplos visuales, totalmente coherentes con las actuaciones propuestas, respondiendo así a la información requerida en este apartado de la oferta según el pliego de Prescripciones técnicas.

Tomando en consideración todo lo anterior, se considera que **la empresa aporta “numerosos ejemplos visuales** de las actuaciones propuestas y en su mayoría éstos son coherentes con las actuaciones propuestas”, motivo por el cual se ha **valorado con una puntuación total de 3 puntos** (sobre un máximo de 3).

De esta forma, el criterio **relativo al “Catálogo de actuaciones asociado a la estrategia creativa y de comunicación propuesta**, en el que se debe incluir toda la información requerida en el apartado 5 del Pliego de Prescripciones Técnicas” valorado con una puntuación máxima de 20 puntos, **IMAGINE COMUNICACIÓN ANDALUZA obtiene un total de 20 puntos.**

C. Propuesta de funcionamiento, coordinación y gestión del contrato (Máximo 9 puntos)

La empresa explica **muy detalladamente** cómo será la **relación con la Agencia, el seguimiento y control de las actuaciones, la disponibilidad del equipo y cómo actuará ante urgencias e**

Puede verificar la integridad 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	Mª TERESA ALONSO REGAÑA	20/10/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmWYKKE2FC8SZGL9UCRFERVGBDW	PÁG. 19/34	

imprevistos, incluso los que tengan que ver con incidencias del personal a cargo del contrato. También detalla pormenorizadamente cómo se controlarán a nivel interno y externo los picos de trabajo y peticiones sobrevenidas.

Para ello, define y describe detalladamente un modelo organizativo muy adecuado, formado por unos órganos de gestión y control operativo que se reunirán en unos determinados plazos, de forma presencial o virtual, a conveniencia de la Agencia. Así mismo, establece varias formas de interlocución para garantizar “la máxima disponibilidad y una gestión eficiente” y un gestor documental compartido entre todos los miembros del equipo.

Para la comprobación de la correcta ejecución de las actividades del proyecto establecidas en la planificación proponen el desarrollo de un conjunto de acciones con las que hacer un adecuado seguimiento y control del servicio basándose en un procedimiento del que detalla un flujo con las actividades a realizar.

Asimismo, la empresa garantiza una dedicación completa del equipo destinado a este contrato, especificando la disponibilidad horaria del mismo.


También describe detalladamente cómo pueden ser los riesgos e incidencias que podrían surgir en el desarrollo del contrato, así como el plan de riesgo, con una serie de puntos que indica; y el protocolo de prevención que se llevaría a cabo. En este sentido, IMAGINE COMUNICACIÓN ANDALUZA indica que existirá un formulario de incidencias (no explica con qué campos) que generará cualquiera de las dos partes implicadas en la gestión del contrato y que se notificará por email. Indicar que esta forma de actuación podría ser demasiado estricta en algunas situaciones de urgencia en las que resulte complicado tener que detallar y completar una serie de parámetros.

Para **la entrega de los trabajos**, la empresa propone crear una figura técnica, de la que explica sus funciones, centrada principalmente en la organización de las tareas propias de la empresa licitadora (selección de profesionales, grupos de trabajo...) para el seguimiento de las actuaciones. Así mismo, propone el desarrollo de unos documentos para comunicar las instrucciones a sus equipos y el reporte; si bien no se detalla cuál es el procedimiento a seguir para la entrega supervisada de los trabajos a la Agencia, una vez finalizados éstos por parte de la empresa.

IMAGINE COMUNICACIÓN ANDALUZA propone también el uso de una herramienta, de la que ofrece más detalles en el apartado “Herramienta on line”, que sirve también para coordinar al equipo de trabajo. También expone una lista de acciones para asegurar y mejorar el nivel de calidad de los trabajos. A continuación, explica cual será una de sus primeras tareas para el seguimiento y control de las actuaciones de comunicación, así como los indicadores de control y seguimiento; información que se considera útil pero más propia del criterio anterior relacionado con el seguimiento de las actuaciones de comunicación.

IMAGINE COMUNICACIÓN ANDALUZA propone un **modelo de orden de trabajo** muy completa y acorde con lo solicitado en el pliego técnico, indicando todos los campos principales que contendrá, así como un desglose detallado de los relativos a la ejecución, recursos y presupuestos, así como plazos, dando respuesta ampliamente a lo establecido en el PPT.

Respecto a los informes, describen los contenidos de los 3 informes requeridos por la Agencia para el seguimiento de los servicios: mensual, de campaña (incluyendo los justificantes firmados y

Puede verificar la integridad 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	Mª TERESA ALONSO REGAÑA	20/10/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmWYKKE2FC8SZGL9UCRFERVGBDW	PÁG. 20/34	

sellados de inserciones, los soportes físicos y las estimaciones de valor publicitario y de comunicación) y final, con el resumen de todas las actuaciones realizadas a lo largo del contrato. La empresa explica detalladamente el modelo de cada uno, con los campos correspondientes y el contenido a incluir.

El último apartado de la propuesta de IMAGINE COMUNICACIÓN ANDALUZA se destina a la descripción de la “**Herramienta on line**”, cuyo nombre y solución señalan, explicando en 7 puntos lo que se logra con la metodología en la que se basa la herramienta, enfocada a llevar un control del estado en la que se encuentran cada una de las tareas objeto del contrato. También ilustran gráficamente el funcionamiento de la herramienta.

VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO

Tomando en consideración todo lo anterior, a continuación, se recoge la valoración global asociada a este criterio, desglosada por los cuatro apartados recogidos en el PCAP.

a. Procedimiento para el encargo y seguimiento de las actuaciones de comunicación (máximo 2 puntos)

IMAGINE COMUNICACIÓN ANDALUZA explica **muy detalladamente todo lo solicitado en el pliego técnico para este criterio**, cómo será la interlocución con la Agencia, garantizando una dedicación completa del equipo destinado a este contrato para un correcto seguimiento y control de las actuaciones e incluyendo los **mecanismos** para dar respuesta a las actuaciones de comunicación solicitadas **con urgencia**, así como para garantizar el cumplimiento de los plazos de entrega.


Tomando en consideración todo lo anterior, se considera que la **empresa describe “adecuadamente** el procedimiento para el encargo y seguimiento de las actuaciones, incluyendo los mecanismos para dar respuesta a las actuaciones de comunicación solicitadas por parte de la Agencia con urgencia, así como para garantizar el cumplimiento de los plazos de entrega, garantizándose el adecuado funcionamiento, coordinación y gestión del contrato”, motivo por el cual se ha **valorado con una puntuación total de 2 puntos** (sobre un máximo de 2).

b. Procedimiento para la entrega de los trabajos (máximo 2 puntos)

La empresa se centra principalmente en detallar **documentos y flujos de trabajo dirigidos a la organización interna** de las tareas propias de la empresa licitadora, sus procesos de **calidad**, la asunción de responsabilidades por parte del equipo, así como en tareas e indicadores destinados al seguimiento de las actuaciones de comunicación, si bien **no se detalla cuál es el procedimiento a seguir para la entrega supervisada de los trabajos a la Agencia**, una vez finalizados éstos por parte de la empresa.

Tomando en consideración todo lo anterior, se considera que la **empresa describe “parcialmente** el procedimiento para la entrega de los trabajos, no garantizándose la revisión y supervisión necesaria para asegurar la calidad de los trabajos entregados”, motivo por el cual se ha **valorado con una puntuación total de 1 puntos** (sobre un máximo de 2).

c. Propuesta de contenidos para las órdenes de trabajo e informes solicitados (máximo 3 puntos)

Puede verificar la integridad 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	Mª TERESA ALONSO REGAÑA	20/10/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmWYKKE2FC8SZGL9UCRFERVBGDW	PÁG. 21/34	

IMAGINE COMUNICACIÓN ANDALUZA describe una **orden de trabajo muy completa y acorde** con lo solicitado en el pliego técnico. Así mismo, **presenta los modelos de los 3 informes requeridos** con toda la información que contendrán explicando detalladamente cada uno.

Tomando en consideración todo lo anterior, se considera que la **empresa describe “adecuadamente** la propuesta de contenidos de las órdenes de trabajo e informes que garantiza una adecuada planificación y seguimiento de los trabajos.”, motivo por el cual se ha **valorado con una puntuación total de 3 puntos** (sobre un máximo de 3).

d. Herramienta on line (máximo 2 puntos)

Por último, la empresa describe detalladamente la **“Herramienta on line”** que utilizarán para cubrir las necesidades de seguimiento y control de la Agencia, siendo ésta muy útil para controlar el estado en el que se encuentra cada una de las acciones y tareas.

Tomando en consideración todo lo anterior, se considera que la **empresa describe “adecuadamente** cómo cubrirá la herramienta propuesta las necesidades de seguimiento y control para la adecuada gestión del contrato”, motivo por el cual se ha **valorado con una puntuación total de 2 puntos** (sobre un máximo de 2).

De esta forma, en **“Propuesta de funcionamiento y coordinación”**, valorado con hasta un máximo de 9 puntos, **IMAGINE COMUNICACIÓN ANDALUZA obtiene un total de 8 puntos.**

D. Valoración total de IMAGINE COMUNICACIÓN ANDALUZA, SLU. (máximo 35 puntos)


IMAGINE COMUNICACIÓN ANDALUZA ha obtenido una puntuación de **6 puntos** dentro del criterio “Estrategia creativa y de comunicación”, de **20 puntos** en el relativo al “Catálogo de actuaciones asociado a la estrategia creativa y de comunicación propuesta”, y de **8 puntos** en el de “Propuesta de funcionamiento y coordinación”.

Por tanto, en la valoración conforme a los criterios de adjudicación ponderables en función de un juicio de valor establecidos en el Anexo I “Características del contrato” del PCAP, que se valoran con hasta un máximo de 35 puntos, la empresa **IMAGINE COMUNICACIÓN ANDALUZA obtiene 34 puntos (de un máximo de 35).**

5.2. MARIN Y ASOCIADOS, S.A.

La propuesta técnica realizada por MARIN Y ASOCIADOS, S.A. **incluye el contenido mínimo requerido en el PPT y en el PCAP siguiendo escrupulosamente el orden establecido en los referidos pliegos.**

A. Estrategia creativa y de comunicación (Máximo 6 puntos)

Puede verificar la integridad 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	Mª TERESA ALONSO REGAÑA	20/10/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmWYKKE2FC8SZGL9UCRFERVBGDW	PÁG. 22/34	

MARIN Y ASOCIADOS comienza con el apartado 1 “Estrategia creativa y de comunicación” exponiendo lo que llama “Objetivos principales de comunicación”, plasmando los planteados por la Agencia Andaluza de la Energía en el punto 2 del Pliego de Prescripciones Técnicas.

Además de dichos objetivos, la empresa incluye lo que denomina “Objetivos específicos o secundarios de comunicación”, para reforzar la visibilidad de la cofinanciación europea y autonómica en todas las actuaciones, facilitar la absorción de fondos europeos, combatir la pobreza energética, promoviendo la creación de un tejido empresarial innovador en torno a la energía limpia en Andalucía, acompañando a los beneficiarios y generando confianza social.

A continuación, asocia al “principal objetivo de comunicación”, que es “dar a conocer que la Agencia Andaluza de la Energía es la encargada de diseñar, poner en marcha y gestionar los programas de incentivos que se financiarán con cargo referido al Programa en materia energética”, unos públicos objetivos que coinciden con los señalados en el apartado 3 del PPT.

Posteriormente, define con más datos 3 de los 6 objetivos secundarios de comunicación, si bien no se hace referencia a qué programa corresponden (INEA o INCEA).


Seguidamente, muestra un subapartado donde vuelve a leerse “Público Objetivo” y “Justificación de los públicos objetivos” en el que, en tres grandes bloques, desglosa los tres grupos específicos de interés para la difusión del programa. Se debe señalar que dentro de los grupos detallados faltarían sectores y ámbitos a los que debe enfocarse la estrategia de comunicación y que las Órdenes de incentivos 2021-2027 no cuentan con entidades colaboradoras (uno de los 3 grupos identificados como público objetivo), salvo el programa de pobreza energética, al que no se alude, y en el que solo pueden ser colaboradoras las entidades locales, entidades sin ánimo de lucro y del tercer sector de acción social, no encajando, por tanto, el resto de entidades plasmadas en la propuesta dentro de este grupo.

El subapartado “Estrategia de comunicación” plantea un Eje de Comunicación genérico, desglosado en lo que denomina varias “Líneas Estratégicas” como que “el tono de la comunicación a los actores implicados, (ciudadanos, empresas y administraciones públicas) de los diferentes ámbitos del Programa para el desarrollo energético de Andalucía, será de una forma clara, concisa, moderna y actual...”. Asimismo, en ningún caso hace alusión a los nuevos programas de incentivos INEA e INCEA (en su lugar, hace referencia a las ayudas vigentes en el anterior marco comunitario, programa para el desarrollo energético sostenible), o a las Oficinas Locales para la Transición Energética; y tampoco explica o expone algún ejemplo de cómo haría lo que propone.

Sí nombra a estos programas en el subapartado “Enfoque estratégico (Estrategia creativa)” donde brevemente presenta que se basará en tres pilares; y donde expone el claim a utilizar y el porqué de su elección y explica que serviría como marca paraguas para unir los dos programas de incentivos. Muestra también la paleta cromática que usaría y cuenta su significado y una pequeña imagen con el claim elegido sin desarrollar más la propuesta gráfica.

VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO

Dentro del apartado “**Descripción de la estrategia creativa y de comunicación propuesta para cumplir con los objetivos recogidos en el apartado 2 del PPT**”, si bien MARIN Y ASOCIADOS recoge en el punto 1 la referencia a los objetivos señalados en el PPT, la estrategia creativa y de comunicación no está enfocada en cumplir con los mismos.

Puede verificar la integridad 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	Mª TERESA ALONSO REGAÑA	20/10/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmWYKKE2FC8SZGL9UCRFRVGBDW	PÁG. 23/34	

A este respecto, presenta una propuesta con **públicos objetivos confusos** puesto que empieza enumerando los que se han señalado como más estratégicos en el apartado 3 del pliego para luego desviarse hacia las Pymes, los líderes de opinión o, más en concreto, las **entidades colaboradoras, que en estos nuevos programas de incentivos no estarán presentes salvo en la línea “Hogares vulnerables”, a la que no se alude**, y cuyas entidades no formarían parte del listado propuesto por la empresa.

Así mismo, el **“Eje de Comunicación” y las “Líneas Estratégicas” propuestas tampoco están enfocadas hacia INEA, INCEA o las oficinas OLTEAN, a las que no se nombra.**

La empresa describe muy brevemente su estrategia creativa compuesta por un claim, adecuado, que serviría para unir los dos programas de incentivos a modo de **“marca paraguas” con una paleta cromática basada en cuatro colores principales**, pero sin aportar un desarrollo de cómo lo haría.


Tomando en consideración todo lo anterior, se considera que la **empresa describe “de forma parcial la estrategia creativa y de comunicación** propuesta para cumplir con los objetivos, no dando ésta respuesta a los mismos”, motivo por el cual se ha **valorado con una puntuación total de 2 puntos** (sobre un máximo de 6).

B. Catálogo de actuaciones asociado a la estrategia creativa y de comunicación propuesta (Máximo 20 puntos)

MARIN Y ASOCIADOS, S.A. propone un **catálogo de 18 actuaciones**, las cuales **describe con los siguientes campos**: Descripción de la actuación, justificación y Públicos Objetivos; Públicos; Organización, logística y plazos; Horas requeridas y Servicio al que se adscribe en función del apartado 4 del PPT. Además, **aporta ejemplos visuales** de trabajos realizados.

La primera actuación que describe la empresa de manera detallada es **“Jornadas técnicas y/o encuentros empresariales”**, las cuales se realizarán para difundir “el Programa Andalucía FEDER 2021-2027 y sus líneas de incentivo” entre distintos públicos objetivos que detalla como “Asociaciones Empresariales y centros especializados y relacionados con el sector energético. Cluster Profesionales, Asociaciones de Pequeñas y Medianas Empresas, Colegios Profesionales, Colaboradores del Programa Energético, ya sea como fabricantes de material de ahorro energético o empresas instaladoras”. En este sentido, no hace referencia a gran parte del público objetivo señalado en el apartado 3 del PPT.

La empresa describe que se organizarán jornadas técnicas y sesiones en “centros específicos y asociaciones empresariales”, y se creará una Secretaría Técnica ad hoc para cada jornada, pero sin especificar cuántas podrían ser las adecuadas para cumplir con los objetivos. Para llevar a cabo esta actuación, la empresa montará dos enaras “para incrementar la difusión de la imagen de marca del programa de desarrollo energético o de la línea de incentivos de la que trate la jornada”. Indicar que los programas de incentivos de mejora energética que se financiarán con cargo al Programa FEDER 21-27 son INEA e INCEA, no existiendo un “programa de desarrollo energético” como tal. MARÍN explica que se repartirán en formato pdf “los documentos informativos de los que se trate en cada jornada o se remitirá a la web en la que deberán estar los documentos subidos en formato pdf


Puede verificar la integridad 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	M ^a TERESA ALONSO REGAÑA	20/10/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmWYKKE2FC8SZGL9UCRFERVGBDW	PÁG. 24/34	

editable (para facilitar a los medios la información a comunicar)”. En organización y logística describe cómo será el desarrollo de la “jornada técnica” (aunque a lo largo del texto también hace referencia a “jornadas”, por lo que resulta confuso) y qué departamento de la empresa se encargará de ello. Desglosa el número de horas que requerirá por tarea, señalando el plazo de ejecución, siendo el cómputo global de **285 horas** (aunque en el cuadro resumen posterior con todas las actuaciones se imputan 275 horas, en lo que se entiende es un error). La empresa indica en qué servicios se adscribe esta acción (1, 3 y 5).

La segunda actuación que propone es “**Estrategia y planificación de medios publicitarios**”, que define como “herramienta clave para dar visibilidad a la política de coherencia de Fondos de la Unión Europea (Fondos FEDER), contribuyendo además a confirmar la transparencia en la financiación del Programa”. Detalla el público objetivo al que irá dirigido, en el que incluye a Empresas colaboradoras, si bien no hacen referencia a que el único programa que las tendrá es el de “Hogares vulnerables” (y no se hace alusión a él, o a los colectivos vulnerables); y le da un gran protagonismo a los colegios profesionales, señalando que cuentan con una revista especializada y que “son los actores principales para desarrollar medidas de mejora del medio ambiente, de mejora en la eficiencia energética”, si bien no recogen ninguna justificación de por qué esto es así. La empresa informa que los medios se elegirán tras realizar un estudio de medios para cada público objetivo, posteriormente se hará la estrategia y se diseñarán las piezas creativas necesarias para cada medio y soporte, que se enviarán a los medios mediante órdenes de compra. Indica que, tras la realización del briefing, diseñará y producirá todas las adaptaciones que sean necesarias. No obstante, señala que “se diseñarán piezas publicitarias como página y ½ página color y b/n, adaptadas a las medidas de cada soporte seleccionado en el plan de medios; una cuña de 30” con dos voces que serán elegidas mediante casting, y un microespacio de 1,5’ (no indica si de radio o TV). El departamento de diseño hará también las piezas creativas para campaña exterior (Vallas, mupis, marquesinas, buses)”. Establece un plazo de ejecución y señala las horas requeridas para el “Plan de Medios. Estrategia y planificación de campañas”, 60 horas, pero sin desglosar cuántas horas requerirá para realizar los elementos señalados, informando que como “se realizarán tantas piezas creativas como sean necesarias para el plan de medios” éstas se detallan en el Cuadro de Horas para su elección “debido a la diversidad de piezas creativas susceptibles de ser diseñadas a disposición de la AAE”. Según el cálculo estimado por la Agencia, ascendería a unas 107 horas más.

Como tercera actuación del Catálogo la empresa ofrece la “**Organización de rueda de prensa**” para presentar el “Programa Andalucía FEDER 2021-2027”, donde se realizará el “diseño y gestión de convocatoria de Medios de Comunicación, elaboración de un dossier informativo, entrega de folletos, servicio de fotografía profesional y presencia de enaras”. Señala también “merchandising diseñado para la convocatoria” y expone ejemplos. Ofrece una justificación de la medida similar a la de “Jornadas técnicas y/o encuentros empresariales”. Asimismo, para cada rueda de prensa creará una Secretaría Técnica ad hoc. Indica el público al que se dirigirá pero no hace referencia expresa al sector industrial, al cual se dirige casi la totalidad de las actuaciones del programa INCEA, y a los colectivos vulnerables, que cuentan con un programa propio en INEA. Explica la logística que conlleva su ejecución y relaciona qué departamentos de la empresa participan en la ejecución. Así mismo, señala los 3 Servicios en los que se engloba y los plazos de ejecución, si bien no realiza ningún desglose para cada una de las tareas, lo que dificulta la valoración de su idoneidad.

La “**elaboración de notas de prensa**” para “informar de los mecanismos de financiación centrándonos en el Programa” (debe entenderse que la empresa se refiere a FEDER 2021-2027) es la cuarta actuación que describe, que justifica para reflejar el “papel de la AAE como gestora y


Puede verificar la integridad 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	Mª TERESA ALONSO REGAÑA	20/10/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmWYKKE2FC8SZGL9UCRFERVGBDW	PÁG. 25/34	

promotora del Programa Andalucía FEDER 2021-2027, destacando así también la importancia de que sea reconocido como uno de los planes más exitosos de los emprendidos y/o gestionados por la Junta de Andalucía. Gracias también a la nota de prensa, posicionaremos adecuadamente el papel de los Organismos Públicos implicados en el plan, destacando además a los Organismos Europeos y dando visibilidad una vez más a la Política de cofinanciación (Fondos FEDER)". Asimismo, define el público objetivo al que se dirigirá y el plazo de ejecución. Respecto a la logística, señala detalladamente los departamentos que participarán y las acciones que hará cada uno. Lo adscribe al Servicio 1. Se considera más adecuado adscribirlo al servicio 5.

El **"Seguimiento de medios (Clipping)"**, es una actuación que se propone para conocer la calidad y cantidad de apariciones en prensa de las informaciones publicadas por los medios de comunicación cada vez que se envíe una nota de prensa. Indica que "en la medida de lo posible se realizará también un seguimiento de las noticias digitales, así como de las veces que se tenga presencia en redes sociales". A este respecto, hay que señalar que actualmente los medios digitales son un medio de comunicación más y su seguimiento es necesario. Especifica los departamentos que participarán y describe las tareas que realizarán (salvo el de producción), así como los plazos, estimando 62,5 horas para este seguimiento. Engloba esta actuación en los servicios 2 y 5.

Relacionada con la temática anterior, la empresa propone como sexta actuación **"Elaboración de informes de valoración cuantitativos de apariciones en medios online"** que permitirá "ver el impacto de las actuaciones. Se cuantificarán y valorarán utilizando las tarifas publicitarias actuales, el espacio dedicado a cada noticia generada en medios online". Se elaborarán "informes periódicos (en formato pdf) que permitan disponer de todos los datos sobre el seguimiento de las acciones de comunicación emprendidas". MARÍN asegura que podrán "controlar, medir y valorar las apariciones en medios del Programa Andalucía FEDER 2021-2027 y cada una de las actuaciones subvencionables para conocer así la repercusión mediática de las actuaciones comunicativas llevadas a cabo". Aunque sí alude a campañas, noticias realizadas por la Agencia o elaboradas por los medios con información de la Agencia, no indica a qué se refiere exactamente con "acciones emprendidas" y "actuaciones comunicativas llevadas a cabo", ni tampoco cómo controlará y medirá estas apariciones. Informa sobre los dos departamentos que participarán en esta medida, Comunicación y Medios, los Servicios a los que se adscribe (2 y 5) y que la realización de cada informe supondrá 80 horas, con su correspondiente plazo, pero sin desglosar las fases.

Campaña en redes sociales (Facebook, X, Tik Tok, Youtube e Instagram). En la séptima actuación propuesta la empresa indica en el título que desarrollará una campaña en Facebook, X, Tik Tok, Youtube e Instagram, aunque en el desarrollo de esta se lee que "principalmente" será en "Facebook, Instagram y X" obviando por tanto a Tik Tok y Youtube. Como única descripción define que lo hará mediante "un briefing con unos objetivos, presupuesto y duración de campaña" con el diseño de las piezas necesarias para Facebook y X, olvidando Instagram. Indica que, además, "se establecerá una campaña en Google Adwords, y se diseñarán los anuncios acordes con la imagen del programa". La empresa dice que la campaña será para "la presentación del Programa Andalucía FEDER 2021-2027 y más información sobre mecanismos de financiación", pero sin concretar si se refiere a las dos órdenes de incentivo objeto de este contrato o a alguna categoría o categorías en concreto, o simplemente al programa FEDER en general. Indica el público objetivo, los trabajos que hará cada departamento implicado y el plazo de ejecución. Especifica que para el "Servicio de diseño" requerirá 40 horas y otras 40 horas para el de "Asesoramiento en Social Ads". Incluye esta acción en los Servicios 1, 2 y 5.


Puede verificar la integridad 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	Mª TERESA ALONSO REGAÑA	20/10/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmWYKKE2FC8SZGL9UCRFERVGBDW	PÁG. 26/34	

MARÍN Y ASOCIADOS, S.A propone en su octava actuación la **“Gestión de contenidos Community Manager. Campaña en redes sociales propias de la AAE”** del Programa Andalucía FEDER 2021-2027. Para ello, diseñará una estrategia de Content Marketing donde se diseñarán “contenidos estratégicos” como “Consejos de ahorro, beneficios de la Eficiencia Energética, ventajas de la reducción de carbono, mejoras conseguidas con la Construcción Sostenible y ventajas de tener en el tejido empresarial andaluz pymes sostenibles...”. No hace referencia a las energías renovables o a alguna de las categorías que se incentivan en INCEA e INEA, o de las OLTEAN. Como públicos señala a la Población andaluza en general, Administraciones Públicas, Empresas colaboradoras, desarrolladoras y participantes del Programa para el Desarrollo Energético Sostenible de Andalucía (haciendo referencia al anterior programa financiado con el marco FEDER 14-20), Organismos Europeos”, de nuevo, sin referencia expresa a las industrias, claves para el programa INCEA. En organización, logística y plazos indica que participarán los departamentos de comunicación, diseño y producción. Explica las tareas de cada uno salvo el de producción, del que no se entiende su función en esta actuación. Señala el plazo de ejecución desde la aprobación de la campaña por parte de la AAE, requiriendo 32 horas para el “Servicio de diseño” y 30 horas para “Asesoramiento en Content Marketing”. Los Servicios a los que se adscribe esta medida son 1, 2 y 5.

La empresa informa en su novena actuación que realizará el diseño de “todas aquellas piezas en formato digital que puedan ser diseñadas para su futura difusión en webs/diarios digitales”. Así, en la medida **“Diseño y producción de piezas creativas para medios de comunicación digitales”** propone la elaboración de banners o roba páginas o “cualquier pieza digital” para difundir “el programa Andalucía FEDER 2021-2027”, señalado de forma genérica. Define como público objetivo “Pymes, Empresas colaboradoras y beneficiarias, autónomos, asociaciones empresariales, cámaras de comercio, medios de comunicación y ciudadanos en general”, sin incluir al sector industrial o colectivos vulnerables. Describe las tareas que desarrollarán los departamentos implicados (Comunicación y Diseño) y el procedimiento de coordinación con su plazo. Respecto al número de horas requeridas para realizarlas deriva al cuadro de horas que presenta en páginas posteriores “debido a la diversidad de piezas creativas susceptibles de ser diseñadas a disposición de la AAE”. Esta medida se enmarca en el servicio 1.

MARÍN Y ASOCIADOS, S.A propone el **diseño, maquetación y producción “de un díptico de 4 páginas** en papel y en versión pdf interactivo para web (y redes sociales afines al formato), y para su envío por correo electrónico” que estará también traducido al inglés. Como temática a difundir se centra en “la imagen de la AAE e informar de las ventajas y beneficios del Programa Andalucía FEDER 2021-2027”, pero sin hacer ninguna referencia a los instrumentos de financiación o las OLTEAN. Como público objetivo señala a “asociaciones empresariales, colegios oficiales de administradores de fincas y medios de comunicación”, pero sin justificar por qué son estos y no otros los destinatarios de los folletos. Señalan el plazo de ejecución y que invertirá 50 horas en su elaboración (divididas entre diseño del folleto y contratación de traductores). La empresa indica que “si la AAE decide otro formato más idóneo, en el cuadro de horas están reflejados los diferentes tipos de folletos posibles”. Se adscribe al Servicio 1.

MARÍN propone la realización de un **“Manual básico de identidad corporativa del Programa Andalucía FEDER 2021-2027 y las líneas de ayudas para la financiación de actuaciones de mejoras energética a las empresas, la ciudadanía y las entidades locales de Andalucía”**. A este respecto, el Programa Andalucía FEDER es el marco general e instrumento a través del cual se financian el conjunto de actuaciones de la Junta de Andalucía, en el que se incluyen las líneas de la Agencia, no siendo procedente, por tanto, la elaboración de un manual de identidad para dicho

Puede verificar la integridad 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	Mª TERESA ALONSO REGAÑA	20/10/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmWYKKE2FC8SZGL9UCRFERVGBDW	PÁG. 27/34	


Programa. No obstante, dado que también hacen referencia a las líneas de ayudas de mejora energética, aunque no especifican los instrumentos actuales con los que cuenta la Agencia (INEA e INCEA), sí se considera adecuada la actuación ya que, si bien la Agencia Andaluza de la Energía ya dispone de un manual de identidad corporativa para sus líneas de ayuda (algo que no tiene por qué conocer la empresa), ésta ha sabido ver la necesidad de este elemento de comunicación. Detalla el plazo y estima que necesitará 50 horas para su realización. A este respecto, si bien no detalla el alcance del manual, este plazo se considera, a priori, insuficiente teniendo en cuenta la envergadura de las dos órdenes de incentivos que abarca este contrato, así como las OLTEAN, a las que no menciona. Por otro lado, engloba esta medida en el Servicio 2 “Asesoramiento y planificación”, en lugar de en el Servicio 1 donde se enmarca “la adaptación y actualización... de la identidad corporativa de los programas INCEA e INEA, así como de las OLTEAN”, que sería el adecuado.

Marín y Asociados, S.A propone en su duodécima actuación la **“Elaboración de cartelería e infografías (2D) para informar a cada público objetivo”**, en concreto, un cartel informativo formato A3/ 60x90 cm o una infografía (2D) “que identifique las entidades colaboradoras y beneficiarias”. No se entiende qué ha querido decir con identificar entidades colaboradoras y beneficiarias. Señala también que “se realizará un diseño atractivo para cada público objetivo definido y que comunique visualmente cada acción incentivable recogida en el Programa Andalucía FEDER 2021-2027” insistiendo que “en función de la información que se vaya a difundir, se diseñarán tantos carteles como públicos objetivos se definan”, sin precisar públicos objetivos ni temáticas o contenidos. Señalan el plazo de ejecución del cartel informativo con un total de 18 horas requeridas para el “Diseño de cartel” y el “Diseño de infografía”.

Incluida en los Servicios 1 (Diseño, maquetación y/o producción) y 3 (Organización de eventos y jornadas), la empresa licitadora propone como decimotercera actuación el **“Diseño y producción de enara (Roll-up), frontis y Photocall”**. En concreto, 2 Enaras (Roll-up) para cada jornada y/o encuentro para “comunicar la identidad de la AAE”, “comunicar el Programa de incentivos de la AAE” o “comunicar una actividad incentivable”. Expone que también se diseñarán “elementos auxiliares de identidad” como acreditaciones y frontis. Informa que las horas requeridas para el diseño de enara será de 10 horas y otras 10 horas para el diseño de photocall, pero no señala las necesarias para los elementos auxiliares.

La empresa aconseja contar con un stock de merchandising del “Programa de Desarrollo Energético”, en lugar de INEA e INCEA, para jornadas o visitas institucionales. Por ello, como decimocuarta actuación proponen **“Merchandising o material promocional para la AAE y para el programa Andalucía FEDER 2021-2027 y sus actuaciones”**, que incluirá el diseño y producción de bolígrafos, pen-drive, camisetas, lanyards, etc., en la medida de lo posible realizados “con material reciclado y/ o ecológico”. Informa de los plazos de entrega de merchandising destinando 20 horas. No se entiende que esta actuación se haya englobado en el servicio 2 “Asesoramiento y planificación”, en lugar de en el 5 “Otros servicios en materia de comunicación”.

En la siguiente actuación, **“Elaboración de elementos de señalética del programa Andalucía FEDER 2021-2027”** (que, tal y como se ha señalado anteriormente, es el marco programático y financiero de toda la Junta) hace referencia a “material identificativo para empresas colaboradoras y beneficiarias que puedan mostrar su participación y homologación como pegatinas y placas de metacrilato” con el fin de difundir la imagen de la Agencia Andaluza de la Energía y su importante papel como gestor del Programa Andalucía FEDER 2021-2027”, con una estimación de 4 horas de

Puede verificar la integridad 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	Mª TERESA ALONSO REGAÑA	20/10/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmWYKKE2FC8SZGL9UCRFERVGBDW	PÁG. 28/34	

trabajo, haciendo referencia a material para empresas colaboradoras, no especificando que sólo pueden ser las asociadas al programa de “Hogares vulnerables”.

La empresa prevé la realización de distintos videos realizados en motion 2D o 3D que estarán locutados, sonorizados y subtítulos para informar sobre los “objetivos, incentivos y plazos de las diferentes líneas de incentivo”. Así, la **“Elaboración de contenidos audiovisuales”** es la actuación decimosexta. Los contenidos, según la empresa “podrán ser generalistas o específicos” en función de la línea de incentivos. Describe los departamentos que participarán, el plazo de ejecución e indica el Servicio al que se adscribe, pero respecto a las horas requeridas, falta completar el texto para entenderlo puesto que la empresa escribe que “debido a la disponibilidad presupuestaria de la AAE y a la diversidad de formatos audiovisuales a disposición de la AAE (duración, 2D, 3D, etc.)”; si bien en el cuadro resumen sí están incorporadas estas piezas.


“Cuñas de radio, microespacios y menciones” es la actuación número 17. En concreto, la propuesta habla de “diseño, locución y grabación de cuñas de radio de hasta 30” a dos voces para cada una de las acciones incentivables que sea necesario comunicar”, cuyo copy será redactado por la empresa. No señala directamente al público objetivo al que se dirigirá porque “en función de las campañas de medios planificadas el mensaje de la cuña de radio se adaptará al público objetivo seleccionado”. Señala los Servicios a los que se adscribe, los 3 departamentos que participarán en la medida, plazos de ejecución y que requerirá 20 horas.

Para finalizar su Catálogo de actuaciones, MARÍN Y ASOCIADOS, S.A propone la **“Elaboración base de datos de medios de comunicación”**, haciendo “especial hincapié en medios especializados en sector energético, para difundir de forma más eficaz el Programa de la AAE”. Así, plantea esta medida “para poder enviar las comunicaciones de la Agencia Andaluza de la Energía sobre el Programa Andalucía FEDER 2021-2027” y propone también diseñar un “mailing con la información a difundir a través de los medios de comunicación”, indicando a través de qué plataforma lo hará. El público al que se dirige son los medios de comunicación. En la organización no describe los departamentos que participarán. Define el plazo de ejecución y que requerirá 36 horas para la elaboración de la base de datos y 20 horas para el diseño y envío de mailing. Esta acción se incluye en los Servicios 1 y 5.

A continuación, la empresa muestra una **tabla resumen** con el listado de actuaciones propuestas en su oferta y las horas estimadas en función de las fases de trabajo; y una **completa tabla** con la **estimación de horas requeridas para cada servicio (horas/unidad)**, cumpliendo con lo solicitado en el pliego técnico de “incluir una tabla resumen en la que se incluya el listado de todas y cada una de las actuaciones propuestas, así como el número de horas estimativas para su realización por servicios”, en la que, además, **detalla otras posibles medidas a realizar en los servicios**, por ejemplo el 1 “Diseño, maquetación y/o producción”, donde incluye también Publicaciones de hasta 24, 36, 48 o 100 páginas, y las horas estimadas de realización; o la puesta en marcha de un microsite.

Aporta también un **apartado específico de “Ejemplos de trabajos realizados”**, en el que muestra pequeñas imágenes divididas en 9 bloques (Street Marketing (acción que no se ha ofrecido en el Catálogo), Spots, Campañas digitales, Exterior, Editorial, Merchandising, Prensa, Cartelería e Infografía) con varios ejemplos realizados para otras entidades, como la campaña para Clínica Virgen de Luján, la Promoción de viviendas Hato Verde o la campaña digital para Ecoembes.

VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO

Puede verificar la integridad 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	Mª TERESA ALONSO REGAÑA	20/10/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmWYKKE2FC8SZGL9UCRFERVGBDW	PÁG. 29/34	

Tomando en consideración todo lo anterior, a continuación, se recoge la valoración global asociada a este criterio, desglosada por los tres apartados recogidos en el PCAP.

a. Descripción del catálogo de actuaciones (máximo 10 puntos)

MARIN Y ASOCIADOS, S.A. propone un **catálogo de 18 actuaciones** entre las que se encuentran Jornadas técnicas, ruedas de prensa, notas de prensa, Campañas en redes sociales, la elaboración de contenidos audiovisuales o la producción de folletos informativos, cartelería o enaras, las cuales, en términos generales, se consideran **adecuadas** y en línea con la propuesta creativa aportada, incluyendo en ellas el público objetivo.

No obstante, **en ninguna** de las actuaciones **hace alusión expresa a los incentivos** integrados de competitividad y energía para las cadenas de valor industrial, la minería sostenible y los espacios productivos (**INCEA**); ni a los incentivos para el uso eficiente de la energía en Andalucía (**INEA**). Tampoco nombra ni se dirige en ninguna ocasión a las **OLTEAN**.


Asimismo, la empresa especifica en sus actuaciones el público al que se dirigirá, pero **en ninguna define como público objetivo** expresamente a las industrias, colectivos vulnerables, entidades del Tercer sector, gestores de espacios productivos o comunidades de energías renovables (considerados como algunos de los beneficiarios más importantes de los nuevos instrumentos de financiación de la Agencia), señalando en algunas medidas que se dirigirán a “Colaboradores del Programa Energético”, cuando INCEA no cuenta con esta figura e INEA sólo las tiene en el programa “Hogares vulnerables”, al que no se refiere en ninguna actuación.

También se detectan algunas **incoherencias en el texto**, posiblemente derivadas de erratas, pero que dificultan la comprensión de algunas actuaciones y el alcance de las mismas, por ejemplo, la referencia al “Manual básico de identidad corporativa del Programa Andalucía FEDER 2021-2027 y las líneas de ayudas para la financiación de actuaciones de mejoras energética a las empresas, la ciudadanía y las entidades locales de Andalucía” o la “Elaboración de elementos de señalética del programa Andalucía FEDER 2021-2027”; o cuáles son las redes sociales que finalmente son objeto de campaña, entre otras.

Tomando en consideración todo lo anterior, la **empresa describe “adecuadamente** las actuaciones propuestas, se especifica el público objetivo al que van dirigidas y dichas actuaciones se justifican en relación con la estrategia creativa y de comunicación propuesta”, motivo por el cual se ha **valorado con una puntuación total de 5 puntos** (sobre un máximo de 10).

b. Organización, logística y plazos para la ejecución de las acciones, así como número de horas estimadas para su desarrollo (máximo 7 puntos).

MARIN Y ASOCIADOS, S.A. detalla la organización y logística con los departamentos que intervendrán en las medidas y Servicios a los que se adscriben, aunque alguna acción se reseña en servicios que se consideran no corresponden con el objeto de la misma. También recoge los plazos y horas de trabajo estimadas, pero **sin detallar en la mayoría las fases** que conlleva la realización de las actuaciones propuestas, lo que dificulta determinar si su alcance es el idóneo en algunas de ellas, sobre las que se hubiera necesitado más información para tener una justificación de su estimación. Por ejemplo, en la actuación “Jornadas técnicas y/o encuentros empresariales” se destinarán 200 horas al “Servicio de asesoramiento de acto público/jornada”, pero no aportan más

Puede verificar la integridad 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	Mª TERESA ALONSO REGAÑA	20/10/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmWYKKE2FC8SZGL9UCRFERVBGDW	PÁG. 30/34	

información para entender por qué son necesarias esas horas; en “Estrategia y planificación de medios publicitarios”, se especifican 60 horas para su desarrollo sin desglosar cuántas horas requerirá para realizar los elementos señalados; o en “Elaboración de informes de valoración cuantitativos de apariciones en medios online” donde igualmente comunica que cada informe le supondrá 80 horas, sin ofrecer un mayor detalle.

Tomando en consideración todo lo anterior, se considera que la **empresa describe “adecuadamente** la organización, logística y plazos para la ejecución de las actuaciones, siendo éstos coherentes con la adecuada ejecución de las actuaciones y el número estimado de horas”, motivo por el cual se ha **valorado con una puntuación total de 4 puntos** (sobre un máximo de 7).

c. Ejemplos visuales de trabajos similares (máximo 3 puntos).

MARIN Y ASOCIADOS, S.A. **incluye un apartado específico** de “Ejemplos de trabajos realizados” donde aporta imágenes visuales de elementos creados para otras entidades en 9 bloques en relación con las actuaciones propuestas en su catálogo, respondiendo así a la información requerida en este apartado de la oferta según el pliego de Prescripciones técnicas.

Tomando en consideración todo lo anterior, se considera que la **empresa aporta “numerosos ejemplos visuales** de las actuaciones propuestas y en su mayoría éstos son coherentes con las actuaciones propuestas”, motivo por el cual se ha **valorado con una puntuación total de 3 puntos** (sobre un máximo de 3).


De esta forma, en el **“Catálogo de actuaciones asociado a la estrategia creativa y de comunicación propuesta**, en el que se debe incluir toda la información requerida en el apartado 5 del Pliego de Prescripciones Técnicas” valorado con una puntuación máxima de 20 puntos, **MARIN Y ASOCIADOS, S.A. obtiene un total de 12 puntos.**

C. Propuesta de funcionamiento, coordinación y gestión del contrato (Máximo 9 puntos)

Dentro de la sección **“Procedimiento para el encargo, seguimiento, mecanismos, plazos de entrega y urgencia”**, la empresa explica que compartirá con la Agencia Andaluza de la Energía toda la información a través de un servidor virtual con acceso inmediato y actualizado de la información del contrato; servidor que más adelante leemos es la herramienta on line para el seguimiento y control del contrato.

Hace referencia a que la puesta en marcha de los encargos se hará a partir de una OT (Orden de trabajo), describiendo con detalle las distintas fases que conlleva todo el proceso de elaboración de las mismas, para, seguidamente, abordar el procedimiento de encargo en sí.

Incluye un epígrafe denominado “Procedimiento de urgencia”, en el que detalla la disponibilidad de la empresa, así como los canales a través de los cuales estará operativa; explicando detalladamente los tiempos en los que será atendida la solicitud de la Agencia por tipo de servicio, comprometiéndose a cumplir todos los plazos señalados.

Puede verificar la integridad 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	Mª TERESA ALONSO REGAÑA	20/10/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmWYKKE2FC8SZGL9UCRFERVBGDW	PÁG. 31/34	

La empresa explica su procedimiento para “trabajos revisados y supervisados”, el cual comienza una vez formalizado el encargo de la Agencia, basado en un sistema de denominación de los entregables, en función de las fases en la que se encuentre, si bien no explica cómo asegurarán que los trabajos estén revisados y supervisados.

MARÍN Y ASOCIADOS, S.A. presenta en el apartado “Propuesta de contenidos de las OT e informes” los campos que contendrá la OT, indicando el control del estatus de los encargos y el documento de control que se generará, y mostrando su índice (a su lado, la empresa incluye una imagen cuyo contenido no se entiende ni se explica qué refleja). Por otra parte, en el apartado “Contenido informes” se indica que mensualmente se facilitará un informe ejecutivo del desarrollo del plan de comunicación, que contendrá una parte técnica y otra económica, con el detalle de las mismas, siempre disponible a través de la herramienta on line. Respecto al Informe final, la empresa explica con detalle su formato y los datos más representativos que tendrá; si bien no hace alusión al informe final de campaña en medios de comunicación que se especifica en el apartado 6 del PPT “Planificación y seguimiento de los trabajos”.

También informa que pondrá a disposición del contrato una **herramienta de gestión interna**, que nombra, en soporte “iCloud” donde se almacenará toda la documentación que se genere, ordenada por un índice temático en función de contenidos (de tipo administrativo, de informes, entregables, etc.).

En las páginas siguientes MARÍN Y ASOCIADOS, S.A incluye el epígrafe “Equipo de trabajo” con una descripción de los CV de los integrantes del equipo de trabajo y presenta un listado de los medios técnicos con los que cuenta para la ejecución de este contrato, aspectos informativos que no se solicitaban como contenidos de la propuesta y, por tanto, no son valorables.

VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO


Tomando en consideración todo lo anterior, a continuación, se recoge la valoración global asociada a este criterio, desglosada por los cuatro apartados recogidos en el PCAP.

a. Procedimiento para el encargo y seguimiento de las actuaciones de comunicación (máximo 2 puntos)

MARIN Y ASOCIADOS, S.A., describe de forma **detallada** cómo será la puesta en marcha de los encargos a partir de una OT y cómo se gestionarán las situaciones de urgencia, indicando los canales que estarán operativos para facilitar la comunicación y los plazos en los que serán atendidas las diferentes solicitudes.

Tomando en consideración todo lo anterior, se considera que la **empresa describe “adecuadamente** el procedimiento para el encargo y seguimiento de las actuaciones, incluyendo los mecanismos para dar respuesta a las actuaciones de comunicación solicitadas por parte de la Agencia con urgencia, así como para garantizar el cumplimiento de los plazos de entrega, garantizándose el adecuado funcionamiento, coordinación y gestión del contrato”, motivo por el cual se ha **valorado con una puntuación total de 2 puntos** (sobre un máximo de 2).

b. Procedimiento para la entrega de los trabajos (máximo 2 puntos)

Puede verificar la integridad 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	Mª TERESA ALONSO REGAÑA	20/10/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmWYKKE2FC8SZGL9UCRFERVGBDW	PÁG. 32/34	

La empresa recoge en su propuesta un procedimiento para la entrega de los trabajos, pero **no detalla cómo realizará la revisión y supervisión de los trabajos.**

Tomando en consideración todo lo anterior, se considera que la **empresa describe “parcialmente** el procedimiento para la entrega de los trabajos, no garantizándose la revisión y supervisión necesaria para asegurar la calidad de los trabajos entregados”, motivo por el cual se ha **valorado con una puntuación total de 1 punto** (sobre un máximo de 2)

c. Propuesta de contenidos para las órdenes de trabajo e informes solicitados (máximo 3 puntos)

MARIN Y ASOCIADOS, S.A. **explica y describe pormenorizadamente** los contenidos que tendrán los **OT**, los informes mensuales y el informe final, aunque **ha olvidado hacer alusión al informe final de campaña** en medios de comunicación que se especifica en el apartado 6 del PPT.

Tomando en consideración todo lo anterior, se considera que la **empresa describe “adecuadamente** la propuesta de contenidos de las órdenes de trabajo e informes que garantiza una adecuada planificación y seguimiento de los trabajos”, motivo por el cual se ha **valorado con una puntuación total de 2 puntos** (sobre un máximo de 3).

d. Herramienta on line (máximo 2 puntos)

La empresa presenta una **herramienta on line** para la gestión del contrato en soporte “iCloud” donde se almacenará toda la documentación que se genere según el contenido, pero sin aportar mayor detalle.


Tomando en consideración todo lo anterior, se considera que la empresa **describe “adecuadamente** cómo cubrirá la herramienta propuesta las necesidades de seguimiento y control para la adecuada gestión del contrato”, motivo por el cual se ha **valorado con una puntuación total de 1 punto** (sobre un máximo de 2).

De esta forma, en el **criterio “Propuesta de funcionamiento y coordinación”, valorado con hasta un máximo de 9 puntos, MARIN Y ASOCIADOS, S.A. obtiene un total de 6 puntos.**

D. Valoración total de MARIN Y ASOCIADOS, S.A. (máximo 35 puntos)

MARIN Y ASOCIADOS, S.A ha obtenido una puntuación de 2 puntos en el criterio “Estrategia creativa y de comunicación”, de 12 puntos en el relativo al “Catálogo de actuaciones asociado a la estrategia creativa y de comunicación propuesta”, y de 6 puntos en el de “Propuesta de funcionamiento y coordinación”.

De esta forma, en la valoración conforme a los criterios de adjudicación ponderables en función de un juicio de valor establecidos en el Anexo I “Características del contrato” del PCAP, que se valoran con hasta un máximo de 35 puntos, la empresa **MARIN Y ASOCIADOS, S.A obtiene 20 puntos (de un máximo de 35).**

Puede verificar la integridad 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	Mª TERESA ALONSO REGAÑA	20/10/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmWYKKE2FC8SZGL9UCRFERVGBDW	PÁG. 33/34	


6. RESUMEN GLOBAL DE LAS OFERTAS PRESENTADAS

En la tabla que se muestra a continuación se recoge 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.

A este respecto, ambas empresas han alcanzado **el umbral mínimo del 50% de los puntos de los criterios ponderables en función de un juicio de valor establecido en el apartado 8.C del PCAP.**

Empresas licitadoras	Estrategia creativa y de comunicación	Catálogo de actuaciones	Propuesta de funcionamiento, coordinación y gestión del contrato	Puntuación total
IMAGINE COMUNICACIÓN ANDALUZA	6	20	8	34
MARIN Y ASOCIADOS, S.A.	2	12	6	20

Puede verificar la integridad 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	Mª TERESA ALONSO REGAÑA	20/10/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmWYKKE2FC8SZGL9UCRFERVGBDW	PÁG. 34/34	