

INFORME TÉCNICO DE VALORACIÓN GLOBAL DE LOS CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN VALORADOS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE FORMULAS EN LA LICITACIÓN DEL CONTRATO “PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE PLANIFICACIÓN, CREATIVIDAD, DISEÑO, Y COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS PARA LA CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN EN MATERIA DE CONCILIACIÓN Y CORRESPONSABILIDAD EN EL MARCO DEL PLAN CORRESPONSABLES 2024” (LOTE 4)

Expediente: 104/2025

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

Código NUTS del lugar principal de ejecución: E61 Andalucía

Código CPV:

79341400-0 Servicios de campañas de publicidad

79341000-6 Servicios de publicidad

Procedimiento de adjudicación: Abierto

- 1.- Antecedentes
- 2.- Metodología de aplicación de los criterios de adjudicación valorados mediante la aplicación de fórmulas
- 3.- Valoración de las ofertas
- 4.- Ofertas anormalmente bajas
- 5.- Resumen de las ofertas presentadas

1.- ANTECEDENTES

Una vez realizada la valoración del sobre número 2 sobre la aplicación de criterios de adjudicación que dependen de juicios de valor del Lote 2, la mesa de contratación con fecha de 3 de diciembre de 2025, procedió a abrir el sobre número 3 para la correspondiente valoración de los criterios de adjudicación valorados mediante la aplicación de fórmulas de los licitadores que han pasado a esta fase:

- NF AGENCIA DE MEDIOS INDEPENDIENTE, S.L.U
- NIVORIA SOLUTIONS S.L
- PROXIMIA HAVAS S.L
- ZOSMAMEDIA S.L

2.- METODOLOGÍA DE APLICACIÓN DE LOS CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN VALORADOS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE FÓRMULAS

2.1- Proposición económica

Se valorará con 50 puntos las condiciones de la oferta económica en relación con los trabajos que constituyen el objeto y contenido del contrato.



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	JAVIER UBEDA RUIZ SV. PROMOCION Y PARTICIPACION	12/12/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmAFBT5X6YG2TEG9GA24HEUFC8L	PÁG. 1/13	



En concepto de costes netos con carácter general en la compra de espacios publicitarios en el medio redes sociales: se valorará con 45 puntos, distribuido de la siguiente manera:

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

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

Las puntuaciones de los CPC, CPM y CPV valorados en relación con cada soporte-ámbito-target son las establecidas en el Anexo I del PCAP, de forma común para todos los licitadores.

- [1] CPC (ofertado en euros y excluido en IVA).
- [2] Factor de Ponderación (objetivo campaña: trafico).
- [3] CPM ofertado (en euros y excluido IVA).
- [4] Factor de Ponderación (objetivo campaña: alcance / notoriedad).
- [5] CPV (ofertado en euros y excluido IVA).
- [6] Factor de Ponderación (objetivo de campaña: visualizaciones)

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

$VF = V1 + V2 + V3 + V4 + \dots + Vn$, siendo V1, V2, V3, V4, ... y Vn, los valores obtenidos por cada oferta presentada para cada una de los “soporte-ámbito-target” y formatos de compra (CPC, CPM o CPV) definidos dentro del apartado 1.1 concepto de costes netos con carácter general en la compra de espacios publicitarios en el medio redes sociales de la Proposición Económica.

La fórmula aplicable para el cálculo de V1, V2, V3, V4, ... y Vn de cada oferta, es la siguiente: $V_i = PM_i / (RF_i / RFMIN_i)$

Donde:

V_i = Puntuación de la oferta presentada para el soporte-ámbito-target “i” y formato de compra (CPC, CPM o CPV).

PM_i = Puntuación máxima del coste neto para el soporte-ámbito-target “i” y formato de compra (CPC, CPM o CPV).

RF_i = Coste neto ofertado para el soporte-ámbito-target “i” y formato de compra (CPC, CPM o CPV).

$RFMIN_i$ = Coste neto de menor importe de las ofertas valoradas para el soporte-ámbito-target “i” y formato de compra (CPC, CPM o CPV).

2.2.- Comisión por tramitación de agencia

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

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

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

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	JAVIER UBEDA RUIZ SV. PROMOCION Y PARTICIPACION	12/12/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmAFBT5X6YG2TEG9GA24HEUFC8L	PÁG. 2/13	



2.3.- Mejoras

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

Estos criterios se valorarán con 10 puntos, desglosado de la siguiente manera:

A. Se valorará con 5 puntos el tiempo máximo de respuesta para presentar planes de medios tras recibir el briefing en Días Laborables (Horas). Distribuidos de la siguiente manera:

- 24 horas máximo (Día laborable siguiente). 5 puntos.
- 48 horas máximo (Dos días Laborables). 4 puntos.
- 72 horas máximo (Tres días Laborables). 2 puntos.
- Más tiempo. 0 puntos.

B. Se valorará con 2 puntos la disponibilidad del equipo. Distribuidos de la siguiente manera:

- Laborables, de 06:00 a 21:00. 2 puntos
- Laborables, de 07:00 a 20:00. 1 puntos.
- Laborables, de 08:00 a 15:00. 0 puntos.

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

D. Se valorará el compromiso de adaptabilidad de las piezas y/o diseños creativos a los distintos formatos de RR-SS y plataformas digitales puntualmente y previo requerimiento de la administración contratante. (1 punto).

E. Se valorará que la entidad licitadora cuente entre el personal que forma parte del equipo adscrito al contrato, con una persona que pueda acreditar ser agente promotor de igualdad, esté en posesión del título de técnico superior en promoción de igualdad o acredite haber cursado y superado un mínimo de 250 horas de formación en materia de igualdad, impartida por alguno de los siguientes organismos públicos oficiales: Instituto Andaluz de Administración Pública, Instituto Nacional de Administración Pública, Escuelas oficiales de formación de las comunidades autónomas, Ministerios y/o sus departamentos adscritos, Administraciones autonómicas, Administraciones locales, Universidades, o formación impartida en el marco del acuerdo de formación para el empleo de las administraciones públicas. La persona a que hace referencia este apartado podrá ser personal de plantilla de la empresa o contratada temporalmente en virtud de contrato de servicios que reúna dichos requisitos siempre que éste o ésta formen parte del equipo adscrito al contrato durante el plazo de ejecución del mismo o contratado (1 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	JAVIER UBEDA RUIZ SV. PROMOCION Y PARTICIPACION	12/12/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmAFBT5X6YG2TEG9GA24HEUFC8L	PÁG. 3/13	

3.1.- Valoración de las ofertas económicas

Lote 4 Prop. eco (soportes)		Total soporte		43,8300		Total soporte		44,5638		Níboria		Total soporte		11,0056		Proximia Havas		Total soporte		27,4270	
Soportes 45 puntos		Total CPC		Total		Total		Total		Total		Total		Total		Total		Total		Total	
Soporte	Ambio	Target	Demonstración Target red	CPC RFI	Puntos CPC	CPM RFI	Prox CPM	CPV RFI	Prox CPV	CPC RFI	Puntos CPC	CPM RFI	Prox CPM	CPV RFI	Prox CPV	CPC RFI	Puntos CPC	CPM RFI	Prox CPM	CPV RFI	Prox CPV
Facebook e Instagram	Regióna	Total Individuos	Total Individuos	0.01	0.3700	1.60	0.0694	0.01	0.3600	0.01	0.3700	0.41	0.2707	0.01	0.3600	0.22	0.0168	1.32	0.0841	0.01	0.3600
Facebook e Instagram	Local	Total Individuos	Total Individuos	0.01	0.2300	0.01	0.2300	0.01	0.2300	0.01	0.2300	0.01	0.2300	0.01	0.2300	0.22	0.0105	1.32	0.0017	0.01	0.2300
Facebook e Instagram	Regióna	Primes, Directos y mandos de empresas hasta 50 empleados	Pequeños empresarios	0.01	0.3300	0.01	0.3300	0.01	0.3300	0.01	0.3300	0.01	0.3300	0.01	0.3300	0.38	0.0087	2.10	0.0016	0.03	0.1100
Facebook e Instagram	Local	Primes, Directos y mandos de empresas hasta 50 empleados	Pequeños empresarios	0.01	0.2000	0.01	0.2000	0.01	0.2000	0.01	0.2000	0.01	0.2000	0.01	0.2000	0.20	0.0100	1.26	0.0016	0.02	0.1000
Facebook e Instagram	Regióna	Jóvenes, Individuos 14-29 años	Jóvenes, Individuos 14-29 años	0.01	0.3300	0.01	0.3300	0.01	0.3300	0.01	0.3300	0.01	0.3300	0.01	0.3300	0.35	0.0094	1.96	0.0017	0.03	0.1100
Facebook e Instagram	Local	Jóvenes, Individuos 14-29 años	Jóvenes, Individuos 14-29 años	0.01	0.2000	0.01	0.2000	0.01	0.2000	0.01	0.2000	0.01	0.2000	0.01	0.2000	0.22	0.0091	1.33	0.0015	0.01	0.2000
Facebook e Instagram	Regióna	Amibio Cultural	Cultura, Arte	0.01	0.3300	0.01	0.3300	0.01	0.3300	0.01	0.3300	0.01	0.3300	0.01	0.3300	0.23	0.0143	1.44	0.0023	0.02	0.1500
Facebook e Instagram	Local	Amibio Cultural	Cultura, Arte	0.01	0.2000	0.01	0.2000	0.01	0.2000	0.01	0.2000	0.01	0.2000	0.01	0.2000	0.27	0.0074	1.48	0.0014	0.02	0.1000
Facebook e Instagram	Regióna	Amibio	Medio naturaleza y medio ambiente	0.01	0.3300	0.01	0.3300	0.01	0.3300	0.01	0.3300	0.01	0.3300	0.01	0.3300	0.37	0.0089	1.95	0.0017	0.03	0.1100
Facebook e Instagram	Local	Amibio	Medio naturaleza y medio ambiente	0.01	0.2000	0.01	0.2000	0.01	0.2000	0.01	0.2000	0.01	0.2000	0.01	0.2000	0.20	0.0100	1.30	0.0015	0.01	0.2000
Facebook e Instagram	Regióna	Amibio	Medio naturaleza y medio ambiente	0.01	0.3500	0.01	0.3500	0.01	0.3500	0.01	0.3500	0.01	0.3500	0.01	0.3500	0.36	0.0097	1.94	0.0018	0.03	0.1167
Facebook e Instagram	Local	Familias (campañas de escolarización, pre-escol (3-5) escolar (6-8)	Padres con hijos adolescentes (13-17), pre-escol (3-5) escolar (6-8)	0.01	0.2000	0.01	0.2000	0.01	0.2000	0.01	0.2000	0.01	0.2000	0.01	0.2000	0.23	0.0087	1.26	0.0016	0.02	0.1000
Facebook e Instagram	Regióna	Familias (campañas de escolarización, pre-escol (3-5) escolar (6-8)	Padres con hijos adolescentes (13-17), pre-escol (3-5) escolar (6-8)	0.01	0.3500	0.01	0.3500	0.01	0.3500	0.01	0.3500	0.01	0.3500	0.01	0.3500	0.33	0.0106	1.95	0.0018	0.03	0.1167
Facebook e Instagram	Local	Familias (campañas de escolarización, pre-escol (3-5) escolar (6-8)	Padres con hijos adolescentes (13-17), pre-escol (3-5) escolar (6-8)	0.01	0.2000	0.01	0.2000	0.01	0.2000	0.01	0.2000	0.01	0.2000	0.01	0.2000	0.20	0.0100	1.18	0.0017	0.01	0.2000
Facebook e Instagram	Regióna	Total Individuos	Total Individuos	0.01	0.2000	5.00	0.1280	0.01	0.2000	0.01	0.2000	3.49	0.1834	0.05	0.0400	3.20	0.2000	0.02	0.1000	0.08	0.0073
Facebook e Instagram	Local	Total Individuos	Total Individuos	0.01	0.2000	0.01	0.2000	0.01	0.2000	0.01	0.2000	0.01	0.2000	0.01	0.2000	1.71	0.0012	2.85	0.0007	0.02	0.1000
Facebook e Instagram	Regióna	Primes,																			

JAVIER UBEDA RUIZ
SV. PROMOCION Y PARTICIPACION

PÁG. 4/13

VERIFICACIÓN

12/12/2025

PÁG. 5/13

JAVIER UBEDA RUIZ
SV. PROMOCION Y PARTICIPACION

Pk2jmAFBT5X6YG2TEG9GA24HEUFC8L

FIRMADO POR

VERIFICACIÓN

[illegible]

TikTok	Local	Ambio Natural/medio Ambiente		0.01	0.1200	0.01	0.1200	0.01	0.1200	0.01	0.1200	0.01	0.1200	0.16	0.0075	0.65	0.0018	0.01	0.1200	0.15	0.0080	0.60	0.0020	0.01	0.1200
TikTok	Regional	Familias (campañas de escolarización, inicio curso escolar,...)	Baby, Kids & Maternity	0.01	0.2300	0.01	0.2300	0.01	0.2300	0.01	0.2300	0.01	0.2300	0.16	0.0144	0.68	0.0034	0.01	0.2300	0.11	0.0209	0.60	0.0038	0.01	0.2300
TikTok	Local	Familias (campañas de escolarización, inicio curso escolar,...)	Baby, Kids & Maternity	0.01	0.1200	0.01	0.1200	0.01	0.1200	0.01	0.1200	0.01	0.1200	0.15	0.0080	0.75	0.0016	0.01	0.1200	0.15	0.0080	0.60	0.0020	0.01	0.1200
TikTok	Regional	Ambio sanitario		0.01	0.2300	0.01	0.2300	0.01	0.2300	0.01	0.2300	0.01	0.2300	0.16	0.0144	0.87	0.0028	0.01	0.2300	0.11	0.0209	0.60	0.0038	0.01	0.2300
TikTok	Local	Ambio sanitario		0.01	0.1200	0.01	0.1200	0.01	0.1200	0.01	0.1200	0.01	0.1200	0.14	0.0086	0.80	0.0015	0.01	0.1200	0.15	0.0080	0.60	0.0020	0.01	0.1200
Youtube	Regional	Total individuos	Total individuos	x	x	0.03	x	0.1167	x	0.01	0.3500	x	x	x	x	x	x	0.03	0.1167	x	x	x	0.01	0.3500	
Youtube	Local	Total individuos	Total individuos	x	x	x	x	0.2000	x	0.01	0.2000	x	x	x	x	x	x	0.22	0.0831	x	x	x	0.01	0.2000	
Youtube	Regional	Pymes, Directivos y mandos de empresas hasta 50 empleados		x	x	x	x	x	x	0.01	0.3500	x	x	x	x	x	x	0.03	0.1167	x	x	x	0.01	0.3500	
Youtube	Local	Pymes, Directivos y mandos de empresas hasta 50 empleados		x	x	x	x	x	x	0.01	0.2000	x	x	x	x	x	x	0.02	0.1000	x	x	x	0.01	0.2000	
Youtube	Regional	Jóvenes, individuos 14-29 años		x	x	x	x	x	x	0.01	0.3500	x	x	x	x	x	x	0.03	0.1167	x	x	x	0.01	0.3500	
Youtube	Local	Jóvenes, individuos 14-29 años		x	x	x	x	x	x	0.01	0.2000	x	x	x	x	x	x	0.02	0.1000	x	x	x	0.01	0.2000	
Youtube	Regional	Jóvenes, individuos 14-29 años		x	x	x	x	x	x	0.01	0.3500	x	x	x	x	x	x	0.03	0.1167	x	x	x	0.01	0.3500	
Youtube	Local	Jóvenes, individuos 14-29 años		x	x	x	x	x	x	0.01	0.2000	x	x	x	x	x	x	0.04	0.0875	x	x	x	0.01	0.2000	
Youtube	Regional	Ambio Cultural		x	x	x	x	x	x	0.01	0.2000	x	x	x	x	x	x	0.03	0.0667	x	x	x	0.01	0.2000	
Youtube	Local	Ambio Natural/ Medio Ambiente		x	x	x	x	x	x	0.01	0.3500	x	x	x	x	x	x	0.03	0.1167	x	x	x	0.01	0.3500	
Youtube	Regional	Ambio Natural/ Medio Ambiente		x	x	x	x	x	x	0.01	0.2000	x	x	x	x	x	x	0.02	0.1000	x	x	x	0.01	0.2000	
Youtube	Local	Familias (campañas de escolarización, inicio curso escolar,...)		x	x	x	x	x	x	0.01	0.3500	x	x	x	x	x	x	0.04	0.0875	x	x	x	0.01	0.3500	
Youtube	Regional	Con hijos en edad pre-escolar (4-5 años) Con hijos en educación primaria (6-12 años) Con hijos adolescentes (13-17 años)		x	x	x	x	x	x	0.01	0.3500	x	x	x	x	x	x	0.02	0.1750	x	x	x	0.01	0.3500	
Youtube	Local																								
Youtube	Regional	Ambio sanitario	Sector sanitario	x	x	x	x	0.01	0.2000	x	0.2000	x	x	x	x	x	x	0.01	0.2000	x	x	x	0.01	0.2000	
Youtube	Local	Ambio sanitario	Sector sanitario	x	x	x	x	0.01	0.2000	x	0.2000	x	x	x	x	x	x	0.03	0.0667	x	x	x	0.01	0.2000	
Twitch (amazon DSP)	Regional	Total individuos	Total individuos	x	x	16.50	0.0401	x	x	x	x	x	x	9.50	0.0987	x	x	x	x	x	x	6.05	0.1005	x	x
Twitch (amazon DSP)	Local	Total individuos	Total individuos	x	x	0.01	0.1200	x	x	x	x	x	x	0.01	0.1200	x	x	x	x	x	x	6.05	0.0002	x	x
Twitch (amazon DSP)	Regional	Pymes, Directivos y mandos de empresas hasta 50 empleados	Pymes, Directivos y mandos de empresas Amazon Business que tienen entre 1 y 10 empleados	x	x	0.01	0.1200	x	x	x	x	x	x	0.01	0.1200	x	x	x	x	x	x	0.01	0.1200	x	x
Twitch (amazon DSP)	Local	Pymes, Directivos y mandos de empresas hasta 50 empleados	Pymes, Directivos y mandos de empresas Amazon Business que tienen entre 1 y 10 empleados	x	x	0.01	0.0500	x	x	x	x	x	x	0.01	0.0500	x	x	x	x	x	x	0.01	0.0500	x	x
Twitch (amazon DSP)	Regional	Jóvenes, individuos 14-29 años	Rango de edad disponible 18-24-25-34	x	x	0.01	0.2300	x	x	x	x	x	x	0.01	0.2300	x	x	x	x	x	x	6.05	0.0004	x	x
Twitch (amazon DSP)	Local	Jóvenes, individuos 14-29 años	Rango de edad disponible 18-24-25-34	x	x	0.01	0.1200	x	x	x	x	x	x	0.01	0.1200	x	x	x	x	x	x	6.05	0.0002	x	x

Pk2jmAFBT5X6YG2TEG9GA24HEUFC8L

Twitich (amazon DSP)	Regional	Ámbito Cultural	Personas cuyos intereses de compras indican un estilo de vida similar a los	x	x	0,01	0,2000	x	x	x	0,01	0,2000	x	x	x	3,18	0,0006	x	x	x	0,01	0,2000	x	x
Twitich (amazon DSP)	Local	Ámbito Cultural	Personas cuyos intereses de compras indican un	x	x	0,01	0,1200	x	x	x	0,01	0,1200	x	x	x	2,17	0,0006	x	x	x	0,01	0,1200	x	x
Twitich (amazon DSP)	Regional	Ámbito Natural/ Medio Ambiente	Respetuosos con el medio ambiente	x	x	0,01	0,2300	x	x	x	0,01	0,2300	x	x	x	3,67	0,0006	x	x	x	0,01	0,2300	x	x
Twitich (amazon DSP)	Local	Ámbito Natural/ Medio Ambiente	Respetuosos con el medio ambiente	x	x	0,01	0,1200	x	x	x	0,01	0,1200	x	x	x	2,02	0,0006	x	x	x	0,01	0,1200	x	x
Twitich (amazon DSP)	Regional	Familias (campañas de escolarización, inicio curso escolar...)	Padres o gente con niños desde 3 hasta 4 años Padres o gente con niños desde 5 hasta 7 años	x	x	0,01	0,2300	x	x	x	0,01	0,2300	x	x	x	2,87	0,0008	x	x	x	0,01	0,2300	x	x
		Personas cuyos intereses de compras indican un estilo de vida similar a los																						
Twitich (amazon DSP)	Local	Familias (campañas de escolarización, inicio curso escolar...)	Padres o gente con niños desde 3 hasta 4 años Padres o gente con niños desde 5 hasta 7 años	x	x	0,01	0,1200	x	x	x	0,01	0,1200	x	x	x	2,11	0,0006	x	x	x	0,01	0,1200	x	x
		Personas cuyos intereses de compras indican un estilo de vida similar a los																						
Twitich (amazon DSP)	Regional	Ámbito sanitario	Salud y cuidado personal	x	x	0,01	0,2300	x	x	x	0,01	0,2300	x	x	x	3,43	0,0007	x	x	x	0,01	0,2300	x	x
Twitich (amazon DSP)	Local	Ámbito sanitario	Salud y cuidado personal	x	x	0,01	0,1200	x	x	x	0,01	0,1200	x	x	x	1,50	0,0006	x	x	x	0,01	0,1200	x	x
Grupos (Video Online)	Regional	Total Individuos	Total Individuos	x	x	x	x	0,01	0,2000	x	x	x	x	x	x	x	0,01	0,2000	x	x	x	x	0,01	0,2000
	Local	Total Individuos	Total Individuos	x	x	x	x	0,01	0,2000	x	x	x	x	x	x	x	0,01	0,2000	x	x	x	x	0,01	0,2000

3.2.- Valoración mejoras

Lote 4. Mejoras	10 puntos	Zosma		NF		Nivoria		Proximia Havas	
		Total	9,0	Total	10,0	Total	9,0	Total	10,0
Tiempo máximo de respuesta para presentar planes de medios tras recibir el briefing en Días Laborables (Horas).	5	¿Se acepta?	Puntos Vi	¿Se acepta?	Puntos Vi	¿Se acepta?	Puntos Vi	¿Se acepta?	Puntos Vi
		24h	5	24h	5	24h	5	24h	5
Disponibilidad del equipo	2	¿Se acepta?	Puntos Vi	¿Se acepta?	Puntos Vi	¿Se acepta?	Puntos Vi	¿Se acepta?	Puntos Vi
		Lab. 6:00 a 21:00	2	Lab. 6:00 a 21:00	2	Lab. 6:00 a 21:00	2	Lab. 6:00 a 21:00	2
Creación de un CUADRO DE MANDOS para la entidad proponente del pliego	1	¿Se acepta?	Puntos Vi	¿Se acepta?	Puntos Vi	¿Se acepta?	Puntos Vi	¿Se acepta?	Puntos Vi
		Sí	1	Sí	1	Sí	1	Sí	1
Compromiso de adaptabilidad de las piezas y/o diseños creativos a los distintos formatos de RRSS y plataformas digitales puntualmente y previo requerimiento de la administración contratante	1	¿Se acepta?	Puntos Vi	¿Se acepta?	Puntos Vi	¿Se acepta?	Puntos Vi	¿Se acepta?	Puntos Vi
		Sí	1	Sí	1	Sí	1	Sí	1
Contar con una persona que pueda acreditar ser agente promotor de igualdad, esté en posesión del título de técnico superior en promoción de igualdad o acredite haber cursado y superado un mínimo de 250 horas de formación en materia de igualdad	1	¿Se acepta?	Puntos Vi	¿Se acepta?	Puntos Vi	¿Se acepta?	Puntos Vi	¿Se acepta?	Puntos Vi
		No	0	Sí	1	No	0	Sí	1

4.- Ofertas anormalmente bajas

LOTE 4:

Una oferta se considerará anormalmente baja cuando se den cualquiera de los siguientes puntos:

- 1.- Cuando, concurriendo un solo licitador, sea inferior al presupuesto base de licitación en más del 20%.
 - 2.- Para considerarse una oferta anormalmente baja, se calcularán para cada soporte-ámbito-target dentro del apartado A del criterio de adjudicación “1. Proposición Económica”, qué proposiciones (CPC, CPM o CPV) se encuentran por debajo de un 30% de la mediana de las proposiciones valoradas para ese mismo soporte-ámbito-target (=media aritmética de los CPC, CPM y CPV, según aplique, ofertados por todas las proposiciones valoradas en ese soporte-ámbito-target).
- Una vez realizado el cálculo anterior, una oferta será considerada anormalmente baja, si el número de soportes-ámbito-target en los que las ofertas se encuentran por debajo del 30% de la mediana agregada para cada soporte-ámbito-target, es superior al 30% del número total de soportes- ámbito-target del apartado A de la proposición económica.
- 3.- Asimismo, se considerarán ofertas anormalmente bajas aquellas que ofrezcan una bajada superior al 50,00% respecto a la comisión por tramitación de agencia establecido en un 7,00%; esto es, aquellas ofertas por debajo del 3,5% en los criterios de adjudicación 1.B.

En estos supuestos se estará a lo previsto en la LCSP y en el RGLCAP. Cuando hubieren presentado ofertas empresas que pertenezcan a un mismo grupo, en el sentido del artículo 42.1 del Código de Comercio, se tomará únicamente, para aplicar el régimen de identificación de las ofertas incursas en presunción de anormalidad, aquella que fuere más baja, y ello con independencia de que presenten su oferta en solitario o conjuntamente con otra empresa o empresas ajenas al grupo y con las cuales concurran en unión temporal.

Se considerará que la proposición no podrá ser cumplida como consecuencia de la inclusión de valores anormales o desproporcionados en el caso de que sea inferior al coste laboral derivado del Convenio Colectivo aplicable, de acuerdo con lo establecido en el presente pliego.

El análisis de las ofertas anormalmente bajas es el siguiente, siendo baja en soporte si el resultado en soporte-ámbito-target es igual a 1:

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	JAVIER UBEDA RUIZ SV. PROMOCION Y PARTICIPACION	12/12/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmAFBT5X6YG2TEG9GA24HEUFC8L	PÁG. 8/13	

1. Proposición económica (file 3)				Zona		Total bajas		82		Si baja		41%		NF		Total bajas		85		Si baja		43%		Nivorta		Total bajas		2		No baja		1%		Proximia		Total bajas		2		No baja		1%	
				CPC Bajas	36	CPM Bajas	35	CPV Bajas	11	CPC Bajas	36	CPM Bajas	38	CPV Bajas	11	CPC Bajas	0	CPM Bajas	2	CPV Bajas	0	CPC Bajas	0	CPM Bajas	1	CPV Bajas	1	CPC Bajas	0	CPM Bajas	1	CPV Bajas	1	CPC Bajas	0	CPM Bajas	1	CPV Bajas	1				
Soporte	Ámbito	Target	Denominación target red	CPC RFI	Baja=1 No baja=0	CPM RFI	Baja=1 No baja=0	CPV RFI	Baja=1 No baja=0	CPC RFI	Baja=1 No baja=0	CPM RFI	Baja=1 No baja=0	CPV RFI	Baja=1 No baja=0	CPC RFI	Baja=1 No baja=0	CPM RFI	Baja=1 No baja=0	CPV RFI	Baja=1 No baja=0	CPC RFI	Baja=1 No baja=0	CPM RFI	Baja=1 No baja=0	CPV RFI	Baja=1 No baja=0	CPC RFI	Baja=1 No baja=0	CPM RFI	Baja=1 No baja=0	CPV RFI	Baja=1 No baja=0	CPC RFI	Baja=1 No baja=0	CPM RFI	Baja=1 No baja=0	CPV RFI	Baja=1 No baja=0				
Facebook e Instagram	Regional	Total Individuos	Total Individuos	0,01	1	1,60	0	0,01	0	0,01	1	0,41	1	0,01	0	0,22	0	1,32	0	0,01	0	0,08	0	0,30	1	0,01	0	0,08	0	0,30	1	0,01	0	0,15	0	0,30	1	0,01	0				
Facebook e Instagram	Local	Total Individuos	Total Individuos	0,01	1	0,01	1	0,01	0	0,01	1	0,01	1	0,01	0	0,22	0	1,32	0	0,01	0	0,15	0	0,30	0	0,02	0	0,15	0	0,30	0	0,02	0	0,15	0	0,30	0	0,02	0				
Facebook e Instagram	Regional	Pymes, Directivos y mandos de empresas hasta 50 empleados	Pequeños empresarios	0,01	1	0,01	1	0,01	0	0,01	1	0,01	1	0,01	0	0,38	0	2,10	0	0,03	0	0,08	0	0,30	0	0,01	0	0,08	0	0,30	0	0,01	0	0,08	0	0,30	0	0,01	0				
Facebook e Instagram	Local	Pymes, Directivos y mandos de empresas hasta 50 empleados	Pequeños empresarios	0,01	1	0,01	1	0,01	1	0,01	1	0,01	1	0,01	1	0,20	0	1,26	0	0,02	0	0,15	0	0,30	0	0,02	0	0,15	0	0,30	0	0,02	0	0,15	0	0,30	0	0,02	0				
Facebook e Instagram	Regional	Jóvenes, Individuos 14-29 años	Jóvenes, Individuos 14-29 años	0,01	1	0,01	1	0,01	0	0,01	1	0,01	1	0,01	0	0,35	0	1,96	0	0,03	0	0,08	0	0,30	0	0,01	0	0,08	0	0,30	0	0,01	0	0,08	0	0,30	0	0,01	0				
Facebook e Instagram	Local	Jóvenes, Individuos 14-29 años	Jóvenes, Individuos 14-29 años	0,01	1	0,01	1	0,01	0	0,01	1	0,01	1	0,01	0	0,22	0	1,33	0	0,01	0	0,15	0	0,30	0	0,02	0	0,15	0	0,30	0	0,02	0	0,15	0	0,30	0	0,02	0				
Facebook e Instagram	Regional	Ámbito Cultural	Cultura, Arte	0,01	1	0,01	1	0,01	0	0,01	1	0,01	1	0,01	0	0,23	0	1,44	0	0,02	0	0,08	0	0,30	0	0,01	0	0,08	0	0,30	0	0,02	0	0,15	0	0,30	0	0,02	0				
Facebook e Instagram	Local	Ámbito Cultural	Cultura, Arte	0,01	1	0,01	1	0,01	1	0,01	1	0,01	1	0,01	1	0,27	0	1,48	0	0,02	0	0,15	0	0,30	0	0,02	0	0,15	0	0,30	0	0,02	0	0,15	0	0,30	0	0,02	0				
Facebook e Instagram	Regional	Ámbito Naturaleza/Medio Ambiente	Medio naturaleza y medio ambiente	0,01	1	0,01	1	0,01	0	0,01	1	0,01	1	0,01	0	0,37	0	1,95	0	0,03	0	0,08	0	0,30	0	0,01	0	0,08	0	0,30	0	0,01	0	0,08	0	0,30	0	0,01	0				
Facebook e Instagram	Local	Ámbito Naturaleza/Medio Ambiente	Medio naturaleza y medio ambiente	0,01	1	0,01	1	0,01	0	0,01	1	0,01	1	0,01	0	0,20	0	1,30	0	0,01	0	0,15	0	0,30	0	0,02	0	0,15	0	0,30	0	0,02	0	0,15	0	0,30	0	0,02	0				
Facebook e Instagram	Regional	Familias (campañas de escolarización, inicio curso escolar...)	Padres con hijos adolescentes (13-17), pre-escolar (3-5) escolar (6-8)	0,01	1	0,01	1	0,01	0	0,01	1	0,01	1	0,01	0	0,36	0	1,94	0	0,03	0	0,08	0	0,30	0	0,01	0	0,08	0	0,30	0	0,01	0	0,08	0	0,30	0	0,01	0				
Facebook e Instagram	Local	Familias (campañas de escolarización, inicio curso escolar...)	Padres con hijos adolescentes (13-17), pre-escolar (3-5) escolar (6-8)	0,01	1	0,01	1	0,01	1	0,01	1	0,01	1	0,01	1	0,23	0	1,26	0	0,02	0	0,15	0	0,30	0	0,02	0	0,15	0	0,30	0	0,02	0	0,15	0	0,30	0	0,02	0				
Facebook e Instagram	Regional	Ámbito sanitario	Servicios de asistencia médica y sanitaria	0,01	1	0,01	1	0,01	0	0,01	1	0,01	1	0,01	0	0,33	0	1,95	0	0,03	0	0,08	0	0,30	0	0,01	0	0,08	0	0,30	0	0,01	0	0,08	0	0,30	0	0,01	0				
Facebook e Instagram	Local	Ámbito sanitario	Servicios de asistencia médica y sanitaria	0,01	1	0,01	1	0,01	0	0,01	1	0,01	1	0,01	0	0,20	0	1,18	0	0,01	0	0,15	0	0,30	0	0,02	0	0,15	0	0,30	0	0,02	0	0,15	0	0,30	0	0,02	0				
LinkedIn	Regional	Total Individuos	Total Individuos	0,01	1	5,00	0	0,01	1	0,01	1	3,49	0	0,05	0	1,71	0	3,20	0	0,02	0	0,88	0	5,80	0	0,02	0	0,88	0	5,80	0	0,02	0	0,88	0	5,80	0	0,02	0				
LinkedIn	Local	Total Individuos	Total Individuos	0,01	1	0,01	1	0,01	1	0,01	1	0,01	1	0,01	1	1,71	0	2,85	0	0,02	0	1,10	0	5,80	0	0,03	0	1,10	0	5,80	0	0,03	0	1,10	0	5,80	0	0,03	0				
LinkedIn	Regional	Pymes, Directivos y mandos de empresas hasta 50 empleados	Pymes, Directivos y mandos de empresas hasta 50 empleados	0,01	1	0,01	1	0,01	1	0,01	1	0,01	1	0,01	1	1,71	0	2,95	0	0,02	0	0,88	0	5,80	0	0,02	0	0,88	0	5,80	0	0,02	0	0,88	0	5,80	0	0,02	0				
LinkedIn	Local	Pymes, Directivos y mandos de empresas hasta 50 empleados	Pymes, Directivos y mandos de empresas hasta 50 empleados	0,01	1	0,01	1	0,01	1	0,01	1	0,01	1	0,01	1	1,71	0	3,14	0	0,02	0	1,10	0	5,80	0	0,03	0	1,10	0	5,80	0	0,03	0	1,10	0	5,80	0	0,03	0				
LinkedIn	Regional	Jóvenes, Individuos 14-29 años	Segmentación por rangos de edad: 18-24; 25-34	0,01	0	0,01	0	0,01	0	0,01	0	0,01	0	0,01	0	1,71	0	3,15	0	0,02	0	0,01	0	0,01	0	0,01	0	0,01	0	0,01	0	0,01	0	0,01	0	0,01	0	0,01	0				
LinkedIn	Local	Jóvenes, Individuos 14-29 años	Segmentación por rangos de edad: 18-24; 25-34	0,01	0	0,01	0	0,01	0	0,01	0	0,01	0	0,01	0	1,71	0	3,39	0	0,02	0	0,01	0	0,01	0	0,01	0	0,01	0	0,01	0	0,01	0	0,01	0	0,01	0	0,01	0				
LinkedIn	Regional	Ámbito Cultural	Edad: 18-24; 25-34	0,01	0	0,01	0	0,01	0	0,01	0	0,01	0	0,01	0	1,71	0	3,38	0	0,03	0	0,01	0	0,01	0	0,01	0	0,01	0	0,01	0	0,01	0	0,01	0	0,01	0	0,01	0				



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

[illegible]

PÁG. 11/13

Pk2jmAFBT5X6YG2TEG9GA24HEUFC8L

VERIFICACIÓN

[illegible]

Lote 4 Comisión por tramitación de agencia	Zosma		NF		Nivoria		Proximia Havas	
Puntuaciones	Comisión	Puntos	Comisión	Puntos	Comisión	Puntos	Comisión	Puntos
Inserciones en formatos/soportes descritos en los dos puntos anteriores, a las que se aplica el coste neto ofertado 5	3,50	5,0000	3,50	5,0000	5,40	3,0000	3,50	5,0000

Lote 4 Comisión por tramitación de agencia	Zosma		NF		Nivoria		Proximia Havas	
Bajas en Comisiones	Comisión	¿Baja?	Comisión	¿Baja?	Comisión	¿Baja?	Comisión	¿Baja?
Inserciones en formatos/soportes descritos en los dos puntos anteriores, a las que se aplica el coste neto ofertado 5	3,50	No	3,50	No	5,40	No	3,50	No

A la vista de la información del apartado anterior los siguientes licitadores presentan ofertas anormalmente bajas:

1) ZOSMAMEDIA S.L

Presenta oferta económica anormalmente baja en “costes netos con carácter general” con el 41% de ofertas en soporte-ámbito-target en situación de baja con el siguiente desglose:

- CPC: 36 ofertas en baja
- CMP: 35 ofertas en baja
- CPV: 11 ofertas en baja

2) NF AGENCIA DE MEDIOS INDEPENDIENTE, S.L.U

Presenta oferta económica anormalmente baja en “costes netos con carácter general” con el 43% de ofertas en soporte-ámbito-target en situación de baja con el siguiente desglose:

- CPC: 36 ofertas en baja
- CMP: 38 ofertas en baja
- CPV: 11 ofertas en baja

Por lo que procedería el requerimiento a las empresas licitadoras señaladas, cuyas proposiciones económicas resultan anormalmente bajas conforme a lo definido en el PCAP, para que puedan justificar razonada y detalladamente su oferta, mediante la presentación del catálogo de herramientas, procesos, o cualquier otra información y documentos que estimen procedentes y resulten pertinentes para afrontar la justificación de dicha oferta.

A la vista del análisis efectuado sobre las alegaciones y la documentación justificativa presentada por los distintos licitadores, se verifica que todas ellas han acreditado de manera objetiva y suficiente la viabilidad de las bajas ofertadas, de conformidad con los criterios y exigencias establecidos en los pliegos rectores del procedimiento.

Examinadas las justificaciones, no se aprecian elementos que permitan considerar la existencia de ofertas anormalmente bajas no debidamente fundamentadas, ni se detectan insuficiencias sustantivas en la información aportada.

En consecuencia, se concluye que las justificaciones presentadas deben considerarse adecuadas y, por tanto, procede la continuidad de todas las licitadoras afectadas en las fases posteriores del procedimiento de licitación.

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	JAVIER UBEDA RUIZ SV. PROMOCION Y PARTICIPACION	12/12/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmAFBT5X6YG2TEG9GA24HEUFC8L	PÁG. 12/13	

5.- RESUMEN DE LAS OFERTAS PRESENTADAS

El resultado final tras la valoración de los criterios de adjudicación valorados mediante la aplicación de fórmulas y en conjunción con la valoración obtenida en los criterios ponderables en función de juicios de valor, es el siguiente:

RESUMEN Criterios de adjudicación valorados mediante la aplicación de fórmulas			Zosma		NF Media		Nivoria		Proximia Havas	
	Total	60,00	Total	57,8300	Total	59,5638	Total	23,0026	Total	42,4270
Lote 4 Prop. eco (soportes)		45,00	Puntos	43,8300	Puntos	44,5638	Puntos	11,0026	Puntos	27,4270
Lote 4 Comisión por tramitación de agencia		5,00	Puntos	5,00	Puntos	5,00	Puntos	3,00	Puntos	5,00
Lote 4. Mejoras		10,00	Puntos	9,00	Puntos	10,00	Puntos	9,00	Puntos	10,00

RESUMEN global de licitación			Zosma		NF Media		Nivoria		Proximia Havas	
	Total	100,00	Total	84,8300	Total	85,0638	Total	48,5026	Total	67,9270
Criterios de Adjudicación valorados mediante un juicio de valor		40,00	Puntos	27,00	Puntos	25,50	Puntos	25,50	Puntos	25,50
Criterios de adjudicación valorados mediante la aplicación de fórmulas		60,00	Puntos	57,8300	Puntos	59,5638	Puntos	23,0026	Puntos	42,4270

Máxima puntuación

Dicho resumen muestra que el licitador con mayor puntuación, teniendo en cuenta todos los criterios de adjudicación es NF AGENCIA DE MEDIOS INDEPENDIENTE, S.L.U

SERVICIO DE PROMOCIÓN Y PARTICIPACIÓN

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	JAVIER UBEDA RUIZ SV. PROMOCION Y PARTICIPACION	12/12/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmAFBT5X6YG2TEG9GA24HEUFC8L	PÁG. 13/13	