



INFORME TÉCNICO SOBRE LA APLICACIÓN DE CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN QUE DEPENDEN DE UN JUICIO DE VALOR, EN EL PROCEDIMIENTO DE LICITACIÓN DEL CONTRATO DE DESARROLLO DE LAS ARTES CREATIVAS DE LAS CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL QUE RESULTA NECESARIO REALIZAR CON MOTIVO DE LA CELEBRACIÓN DE LAS ELECCIONES AL PARLAMENTO DE ANDALUCÍA A CELEBRAR EN EL AÑO 2026, CONTR 2025/519642.

Índice

1. Antecedentes
2. Objeto y alcance del contrato
3. Empresas licitadoras valoradas
4. Metodología de aplicación de los criterios de adjudicación sometidos a juicio de valor
5. Valoración de propuestas
6. Resumen global de las ofertas presentadas

1. ANTECEDENTES

En el marco de la contratación pública, la determinación de los criterios de adjudicación en los procedimientos de licitación constituye un elemento clave para garantizar la selección de la oferta económicamente más ventajosa. La Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público (LCSP), establece un marco normativo que permite la combinación de criterios objetivos y criterios sometidos a juicio de valor con el fin de garantizar una evaluación integral de las ofertas presentadas.

El artículo 145 de la LCSP establece que los contratos se adjudicarán utilizando una pluralidad de criterios de adjudicación en base a la mejor relación calidad-precio. La inclusión de criterios sometidos a juicio de valor en una licitación responde a la necesidad de evaluar aspectos cualitativos que no pueden ser valorados exclusivamente mediante fórmulas matemáticas. Estos criterios permiten analizar factores como la calidad técnica de la propuesta, la innovación, la viabilidad del plan de trabajo o la adecuación de los recursos propuestos, aspectos esenciales para garantizar el cumplimiento óptimo del objeto del contrato.

En este contexto, el presente informe tiene por objeto la aplicación de los criterios de adjudicación que dependen de un juicio de valor en el procedimiento de licitación del **DESARROLLO DE LAS ARTES CREATIVAS DE LAS CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL QUE RESULTA NECESARIO REALIZAR CON MOTIVO DE LA CELEBRACIÓN DE LAS ELECCIONES AL PARLAMENTO DE ANDALUCÍA A CELEBRAR EN EL AÑO 2026**, asegurando su conformidad con el marco normativo vigente y su adecuación a los principios de igualdad de trato, no discriminación, transparencia y concurrencia efectiva.

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	FRANCISCO MANUEL PADRON GARCIA TALAVERA	19/01/2026	
	JORGE CONDE LOPEZ		
	CRISTOBAL LEON RODRIGUEZ SANCHEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2imE1l F4DKFV61JL FNQCNY86VYWVH	PÁG. 1/17	



2. OBJETO Y ALCANCE DEL CONTRATO

La presente contratación tiene por objeto el **DESARROLLO DE LAS ARTES CREATIVAS DE LAS CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL QUE RESULTA NECESARIO REALIZAR CON MOTIVO DE LA CELEBRACIÓN DE LAS ELECCIONES AL PARLAMENTO DE ANDALUCÍA A CELEBRAR EN EL AÑO 2026**

3. EMPRESAS LICITADORAS VALORADAS

Con fecha 14 de noviembre de 2025 y mediante Resolución de la Secretaria General Técnica de Presidencia se designó la Mesa de Contratación para el expediente de referencia.

Posteriormente y mediante Resolución de dicho órgano de fecha 21 de noviembre de 2025, se acordó designar a los técnicos que suscriben el presente Informe para el asesoramiento al órgano de contratación en su calidad de personal cualificado con conocimientos acreditados en la materia objeto del contrato.

En sesión celebrada el 2 de diciembre, tras la apertura del sobre electrónico n.º 1, correspondiente a la "Documentación acreditativa de los requisitos previos", se procedió, en la misma fecha y al no ser necesaria ninguna subsanación, a la apertura del sobre electrónico n.º 2, relativo a la "Documentación sobre los criterios de adjudicación valorados mediante juicios de valor", de todos los licitadores.

Las empresas licitadoras admitidas, al objeto de que se realice el estudio y valoración de las mismas, son las siguientes:

- 5.1.- CREDO COMUNICACIÓN, S.L.
- 5.2.- CRÓNICA COMUNICACIÓN, S.L.
- 5.3.- DEFCOM2 SUR, S.L.
- 5.4.- DOS PUNTOS AN INTERNET COMPANY, S.L.
- 5.5.- IMAGINA ANDALUCÍA EXCLUSIVAS DE PUBLICIDAD, S.L.
- 5.6.- IMAGINE COMUNICACIÓN ANDALUZA, S.L.
- 5.7.- PRODUCCIONES CINEMATOGRAFICAS SAINT DENIS, S.L.
- 5.8.- TRICICLO DE PUBLICIDAD, S.L.

4. METODOLOGÍA DE APLICACIÓN DE LOS CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN SOMETIDOS A JUICIO DE VALOR

Se detalla a continuación la metodología técnica utilizada en este informe para aplicar los criterios de adjudicación establecidos en el Anexo I del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares. Se justifica así la lógica que ha guiado la valoración de las propuestas técnicas presentadas por los licitadores.

La valoración de los criterios de adjudicación, sobre un máximo total de 45 puntos, se han aplicado de forma estandarizada y coherente a todas las propuestas, utilizando los siguientes criterios de adjudicación ponderables en función de un juicio de valor:

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	FRANCISCO MANUEL PADRON GARCIA TALAVERA	19/01/2026	
	JORGE CONDE LOPEZ		
	CRISTOBAL LEON RODRIGUEZ SANCHEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2imE1l F4DKEV6lJl ENQCNy86VYVWH	PÁG. 2/17	



1. Claridad del mensaje. Hasta 20 puntos. Se valorará que el mensaje a transmitir sea fácilmente comprensible y que se transmita de manera sencilla, clara y directa al objeto de la campaña.

La información deberá ser veraz y exacta en las referencias que se hagan al procedimiento de votación, así como a los requisitos y trámites del voto por correo.

Se tendrá en cuenta la ordenación y sistemática de los datos que se indiquen, la comprensión de su contenido debe ser asequible y su expresión concisa.

2. Creatividad y originalidad: Hasta 15 puntos. Se valorará la propuesta que capte la atención del público, utilizando recursos visuales, sonoros o narrativos innovadores, adaptando las piezas a los distintos canales de difusión con formatos adecuados y atractivos a la sociedad.

Se expondrán las razones de la propuesta, explicando el uso de los recursos empleados y las razones por las que se entienda que tendrán un mayor alcance y difusión.

3. Metodología de trabajo. Hasta 10 puntos. Se desglosa del modo siguiente:

3.1.- Fuentes de datos y software de tratamiento de la información (hasta 5 puntos).

Se valorará que la empresa identifique claramente que fuentes de datos utilizará para fundamentar sus propuestas creativas (por ejemplo, estudios de audiencia, segmentación demográfica, tendencias en comunicación institucional).

También se valorará el uso de herramientas profesionales de edición, análisis y gestión de proyectos (Adobe Creative Suite, Trello, Asana, herramientas de IA o similares).

Se valorará la justificación de la elección de las fuentes de datos utilizadas en las propuestas creativas, cuando existan diversas posibilidades, y la atribución de relevancia.

3.2.- Mecánica de trabajo y relación con la Administración (hasta 3 puntos).

Se valorará la propuesta de canales de comunicación eficaces con la administración (reuniones periódicas, informes de avance, herramientas colaborativas).

Se apreciará la claridad en la estructura del equipo asignado y la definición de roles (quien coordina, quien diseña, quien presenta).

Asimismo, se valorará la disponibilidad de un mecanismo de respuesta ante una demanda de la administración por circunstancias sobrevenidas.

3.3.- Presentación de las artes creativas (hasta 2 puntos).

Se valorará la forma en que se propone presentar los materiales: maquetas físicas, simulaciones digitales, previzualizaciones interactivas u otros formatos innovadores que faciliten la comprensión del proyecto. También se tendrá en cuenta la capacidad de adaptación a los formatos requeridos por la Junta de Andalucía (compatibilidad técnica y accesibilidad).

5. VALORACIÓN DE PROPUESTAS

CREDO COMUNICACIÓN, S.L

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	FRANCISCO MANUEL PADRON GARCIA TALAVERA	19/01/2026	
	JORGE CONDE LOPEZ		
	CRISTOBAL LEON RODRIGUEZ SANCHEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2imE1l E4DKEV6lJl ENOCNY86VYWVH	PÁG. 3/17	



1) Claridad del mensaje (máx. 20)

Justificación:

- El mensaje es claro, directo y orientado al objetivo: el *claim* modular utilizado se adapta a cada bloque (Censo, Voto por correo, CERA/ERTA, Voto accesible), con guiones de 30" y "timelines" que ordenan la información de forma secuencial y comprensible.
- Se garantiza veracidad y exactitud: se referencia explícitamente la LOREG, acuerdos y precedentes (p. ej., ampliación de plazos, voto exterior), además de advertencias sobre certificado censal para evitar voto nulo y plazos CERA/ERTA; se incluyen disclaimers de sujeción a convocatoria oficial.
- Ordenación y sistemática: uso consistente de "visualizador de fechas", división en pasos simples ("solicitar–recibir–enviar"), y guiones con cadencia sonora que enfatizan hitos temporales y acciones críticas.
- Accesibilidad textual: lenguaje no técnico en copias; integra intérprete LSE en plano protagonista y subtítulo como parte del concepto (no mero requisito).

Puntuación otorgada: 14,5 / 20

(La puntuación se justifica por la alta claridad y coherencia en la estructura del mensaje, aunque se detectan pequeños márgenes de mejora en simplificación de algunos bloques.)

2) Creatividad y originalidad (máx. 15)

Justificación:

- Se emplean recursos innovadores: integración dinámica de pantalla con intérprete LSE como narrador principal; identidad sonora (audio logo institucional) para unificación cross media; animación/ilustración mezclada con planos reales de acción.
- Adaptación multicanal: spots TV (20"/30") y cuñas radio, rótulos, iconografía de alta legibilidad y paleta cromática alineada con identidad Junta; previsión de masters para RTVA y web.
- La estrategia MAC (Mitigación Activa de Inseguridades) aborda cuatro temores del electorado (voto nulo, complejidad, plazos, secreto), justificando el enfoque narrativo y visual.

Puntuación otorgada: 12 / 15

(Se valora positivamente la originalidad y coherencia creativa, aunque se considera que la propuesta podría incluir más elementos diferenciadores frente a campañas anteriores.)

3) Metodología de trabajo (máx. 10)

3.1 Fuentes de datos y software de tratamiento de la información (máx. 5)

Justificación:

- Fuentes identificadas: LOREG, Junta Electoral, acuerdos 2022–2025, CGCEE, CERMI, UNDP y precedentes específicos (p. ej., Acuerdo 328/2023; acuerdos 73/2025 y 100/2025). Se explica el uso para rigor legal y accesibilidad.
- Software profesional: Adobe CC (Premiere, After Effects, Audition, Photoshop/Illustrator, Media Encoder); subtítulo con herramientas específicas; gestión con Trello/Asana/Odoo; repositorios con control de versiones.
- Justificación y relevancia: se argumenta el uso de bancos de recursos con licencias institucionales y IA generativa sólo para moodboards (evitando riesgos de neutralidad/derechos).

Puntuación otorgada: 4,5 / 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	FRANCISCO MANUEL PADRON GARCIA TALAVERA	19/01/2026	
	JORGE CONDE LOPEZ		
	CRISTOBAL LEON RODRIGUEZ SANCHEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2imE1l F4DKFV61JL FNQCNX86VYWVH	PÁG. 4/17	



(La puntuación refleja la exhaustividad en fuentes y herramientas, con un uso adecuado y justificado.)

3.2 Mecánica de trabajo y relación con la Administración (máx. 3)

Justificación:

- Canales eficaces: reuniones semanales/quincenales; Google Meet; panel compartido y trazabilidad en tablero de campaña; control de versiones.
- Estructura y roles: dirección de proyecto (interlocutor único), equipo de arte/copy, producción técnica con requisitos (subtítulos, LSE, formatos).
- Respuesta sobrevenida: cronograma con hitos y “ventana de seguridad” (días 28–30) para correcciones; se desprende capacidad de contingencia, aunque SLA explícitos (horas) no están formalmente fijados.

Puntuación otorgada: 2,7 / 3

(Se valora la organización y canales de comunicación, con ligera mejora posible en formalización de SLA.)

3.3 Presentación de las artes creativas (máx. 2)

Justificación:

Formas de presentación: storyboards, timelines, composición de spots, rótulos, iconos, paleta, eslogan logotipado; entregables y masters para medios.

Compatibilidad y accesibilidad: formatos mp4, subtitulación y ubicación para no interferir con LSE; criterios de legibilidad (contraste, cuerpo, duración).

Puntuación: 1,4 / 2

(La propuesta presenta los materiales esenciales y cumple con requisitos de accesibilidad. Sin embargo, el desarrollo visual es limitado frente a las mejor valoradas.)

La propuesta presentada por CREDO COMUNICACIÓN, S.L. muestra una estructura muy sólida y coherente, con un enfoque integral que combina claridad informativa, creatividad y adaptación multicanal. Destaca por su atención a la accesibilidad y por incorporar recursos innovadores que refuerzan la comprensión y confianza del electorado. La metodología refleja rigor y una planificación sólida, si bien existe margen para concretar con mayor detalle los compromisos de servicio, lo que permitiría reforzar la percepción de garantías operativas. En conjunto, aporta valor diferencial y responde adecuadamente a los objetivos del contrato.

			CREDO
1	Claridad del Mensaje	<u>20</u>	14,5
2	Creatividad y Originalidad	<u>15</u>	12
3.1	Fuentes de datos y Software	<u>5</u>	4,5
3.2	Mecánica de Trabajo y Relación con la Admon.	<u>3</u>	2,7
3.3.	Presentación de las Artes Creativas	<u>2</u>	1,4
		45	35,10

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	FRANCISCO MANUEL PADRON GARCIA TALAVERA	19/01/2026	
	JORGE CONDE LOPEZ		
	CRISTOBAL LEON RODRIGUEZ SANCHEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2imFJLF4DKEV6ULFNQCNy86VYVWH	PÁG. 5/17	



CRÓNICA COMUNICACIÓN, S.L.

1) Claridad del mensaje (máx. 20)

Justificación:

- El mensaje institucional es claro y coherente: el *claim* transversal empleado aporta solemnidad y conecta emocionalmente sin inducir voto partidista.
- Se garantiza veracidad y exactitud: se fundamenta en la LOREG y en definiciones técnicas del INE (CERA/ERTA), con *disclaimers* sobre fechas ficticias sujetas a calendario oficial.
- Ordenación y sistemática: guiones de 30" estructurados en pasos simples (solicitar–recibir–enviar), reforzados con recursos visuales (imagen real para trámites, grafismos para plazos).
- Accesibilidad textual: lenguaje no técnico, locución pausada, subtítulo de alto contraste y ventana LSE integrada como parte del diseño.

Puntuación otorgada: 14 / 20

(La puntuación refleja la claridad y coherencia del mensaje, aunque se aprecia margen de mejora en simplificación de algunos elementos visuales.)

2) Creatividad y originalidad (máx. 15)

Justificación:

- Concepto creativo sólido que vincula historia democrática con actualidad, aportando identidad institucional.
- Recursos innovadores: combinación de imagen real y *motion graphics* para reforzar comprensión; uso de IA generativa para previsualización de atmósfera luminosa.
- Adaptación multicanal: spots TV, cuñas radio, materiales digitales y previsión de formatos accesibles (subtitulado, LSE).
- Estrategia narrativa: enfoque positivo y emocional (“una idea que nos sonríe, que nos ilumina”), alineado con psicología del refuerzo y confianza en “personas reales”.

Puntuación otorgada: 12 / 15

(Se valora la solidez conceptual y la adaptación multicanal, aunque la innovación es moderada frente a otras propuestas.)

3) Metodología de trabajo (máx. 10)

3.1 Fuentes de datos y software de tratamiento de la información (máx. 5)

Justificación:

- Fuentes identificadas: LOREG, INE, Manual de Identidad Corporativa, estudios Nielsen y Edelman, que garantizan rigor normativo y eficacia comunicativa.
- Software profesional: Adobe CC (Premiere, After Effects, Audition), gestión ágil con Trello/Asana, IA generativa bajo licencia comercial para maquetas.
- Justificación: se argumenta la elección de imagen real por criterios de accesibilidad cognitiva (Nielsen Norman Group) y reducción de errores en procesos.

Puntuación otorgada: 4,5 / 5

(La puntuación refleja exhaustividad en fuentes y herramientas, con uso justificado y alineado con buenas prácticas.)

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	FRANCISCO MANUEL PADRON GARCIA TALAVERA	19/01/2026	
	JORGE CONDE LOPEZ		
	CRISTOBAL LEON RODRIGUEZ SANCHEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2imE1l F4DKEV6lJL FNQCNy86VYVVH	PÁG. 6/17	



3.2 Mecánica de trabajo y relación con la Administración (máx. 3)

Justificación:

- Canales eficaces: reunión de "kick-off", informes semanales, repositorio seguro cumpliendo ENS.
- Estructura y roles: dirección creativa, enlace institucional y coordinación de producción con protocolos claros.
- Respuesta sobrevenida: compromiso de adaptaciones menores en menos de 4 horas laborales (SLA explícito).

Puntuación otorgada: 2,8 / 3

(Se valora la organización y rapidez de respuesta, con protocolos claros y SLA definidos.)

3.3 Presentación de las artes creativas (máx. 2)

Justificación:

- Formas de presentación: dossier digital navegable, relación de maquetas y guiones, compatibilidad técnica (MP4, MP3/WAV).
- Accesibilidad: subtítulo integrado y ubicación que no interfiere con LSE; contraste y legibilidad garantizados.

Puntuación otorgada: 1,7 / 2

(La presentación es completa y accesible, con ligeras oportunidades de mejora en interactividad del dossier.)

La propuesta de CRÓNICA COMUNICACIÓN, S.L. se presenta como consistente y bien alineada con los objetivos institucionales, y destaca por un concepto creativo que aporta identidad y refuerza la confianza ciudadana. Incorpora recursos visuales y narrativos que facilitan la comprensión, con una metodología clara y garantías operativas explícitas, lo que transmite seguridad en la ejecución. Aunque la innovación es moderada frente a otras propuestas, su enfoque emocional y la solidez técnica la convierten en una opción equilibrada.

			CRÓNICA
1	Claridad del Mensaje	<u>20</u>	14
2	Creatividad y Originalidad	<u>15</u>	12
3.1	Fuentes de datos y Software	<u>5</u>	4,5
3.2	Mecánica de Trabajo y Relación con la Admon.	<u>3</u>	2,8
3.3.	Presentación de las Artes Creativas	<u>2</u>	1,7
		45	35,00

DEFKOM2 SUR, S.L.

1) Claridad del mensaje (máx. 20)

Justificación:

- Mensajes informativos, secuenciales y neutros (fechas, requisitos, trámites; diferenciación por piezas: general, voto por correo V1-V3, CERA/ERTA, censo y voto accesible). Se repiten teléfono y web de consulta y se evitan expresiones persuasivas. Incluye novedades operativas (DNI/carné de conducir electrónicos) dentro del marco institucional.

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	FRANCISCO MANUEL PADRON GARCIA TALAVERA	19/01/2026	
	JORGE CONDE LOPEZ		
	CRISTOBAL LEON RODRIGUEZ SANCHEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2imE1l F4DKEV6lJl ENQCNy86VYVWH	PÁG. 7/17	



- Accesibilidad textual y visual bien integrada (subtitulado y LSE en todas las piezas; iconografía para pasos/fechas).

Puntuación otorgada: 14 / 20

(Se valora la claridad y neutralidad institucional, con buena integración de accesibilidad, aunque se aprecia margen para simplificar algunos elementos visuales.)

2) Creatividad y originalidad (máx. 15)

Justificación:

- Concepto cohesivo: unidad gráfica entre campañas con escenario común y morphing de perfiles generados por IA; adaptación sistemática a vertical 9:16 (Reels/Shorts) y piezas de radio con sintonía única para reforzar recuerdo.
- Personalización de entornos por IA (p.ej., exteriores CERA/ERTA, simulación de oficina de Correos) para mejorar pertinencia narrativa. Enfoque atractivo e innovador dentro del marco estrictamente informativo de publicidad institucional.

Puntuación otorgada: 12 / 15

(Se valora la innovación en personalización y adaptación multicanal, aunque el concepto creativo es más funcional que emocional.)

3) Metodología de trabajo (máx. 10)

3.1 Fuentes de datos y software de tratamiento de la información (máx. 5)

Justificación:

- Explicación técnica detallada (modelos generativos, cómputo *cloud*/GPU, difusión, inferencia) y del flujo de producción audiovisual; referencias operativas a formatos de entrega (MP4/H.264, MP3/WAV) y a LOREG art. 50 cuando habla de espacios en medios públicos.
- Fuentes de audiencia o estudios (INE/IECA/Kantar/IAB) y mención de suites profesionales específicas para edición/gestión (p.ej., Adobe CC, Trello/Asana) más allá del “software de edición”.

Puntuación otorgada: 3,5 / 5

(Se valora la exhaustividad técnica, aunque la justificación operativa es menos sólida que en otras propuestas.)

3.2 Mecánica de trabajo y relación con la Administración (máx. 3)

Justificación:

- Describe cronograma, reuniones de coordinación, control de recepción de materiales, verificación de copias, informes, y equipo con roles claros (incluye “respuesta 24/7” para urgencias). Muy sólido para ventanas críticas de calendario.

Puntuación otorgada: 2,4 / 3

(Se aprecia buena organización y capacidad de respuesta, aunque sin protocolos tan detallados como otras propuestas.)

3.3 Presentación de las artes creativas (máx. 2)

Justificación:

- Entrega maquetas (video links), storyboards y hub centralizado (Notion) con piezas y versiones verticales; buena demostración de cómo quedarían los spots y cuñas (incluye textos).

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	FRANCISCO MANUEL PADRON GARCIA TALAVERA			19/01/2026
	JORGE CONDE LOPEZ			
	CRISTOBAL LEON RODRIGUEZ SANCHEZ			
VERIFICACIÓN	Pk2imFJLF4DKEV6ULFNOCNY86VYWVH		PÁG. 8/17	



Puntuación otorgada: 1,7 / 2

(Presentación completa y bien organizada, con ligeras oportunidades de mejora en interactividad del hub.)

La propuesta de DEFCON2 SUR, S.L., destaca por su enfoque informativo y por una integración de accesibilidad en todas las piezas, lo que garantiza claridad y neutralidad institucional. Aporta innovación mediante el uso de IA para personalización de entornos y adaptación a formatos digitales, aunque la metodología, si bien detallada en aspectos técnicos, resulta menos sólida en cuanto a garantías operativas frente a otras propuestas. En conjunto, ofrece una solución creativa y técnicamente solvente, con valor en la adaptación multicanal.

			DEFCON2
1	Claridad del Mensaje	<u>20</u>	14
2	Creatividad y Originalidad	<u>15</u>	12
3.1	Fuentes de datos y Software	<u>5</u>	3,5
3.2	Mecánica de Trabajo y Relación con la Admon.	<u>3</u>	2,4
3.3.	Presentación de las Artes Creativas	<u>2</u>	1,7
		45	33,60

DOS PUNTOS AN INTERNET COMPANY, S.L.

1) Claridad del mensaje (máx. 20)

Justificación:

- *Claim* paraguas, adaptado a cada campaña con mensajes específicos.
- Información ordenada en pasos claros y plazos para cada paso.
- Referencias a normativa (Real Decreto 1612/2007 para voto accesible, plazos oficiales, canales institucionales).
- Lenguaje sencillo, tono neutro, sin motivación al voto.
- Accesibilidad integrada: subtítulos, LSE, audiodescripción, contraste WCAG.

Puntuación otorgada: 14 / 20

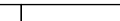
(Se valora la claridad y neutralidad del mensaje, con buena integración de accesibilidad, aunque se aprecia margen para mayor diferenciación en la estructura visual.)

2) Creatividad y originalidad (máx. 15)

Justificación:

- Concepto creativo común y *claim* adaptado a cada campaña.
- Línea gráfica con fondo verde corporativo, tipografía clara y estilo ilustración/cómic para humanizar el mensaje.
- Cumple accesibilidad visual (contraste, jerarquía tipográfica).
- Recursos audiovisuales correctos, aunque menos innovadores que propuestas con integración dinámica o audio-logo institucional.

Puntuación otorgada: 12 / 15

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	FRANCISCO MANUEL PADRON GARCIA TALAVERA	19/01/2026	
	JORGE CONDE LOPEZ		
	CRISTOBAL LEON RODRIGUEZ SANCHEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2imFJLF4DKEV6ULFNQCNY86VYVWH	PÁG. 9/17	



(Se valora la coherencia gráfica y la adaptación del concepto, aunque la innovación es limitada frente a otras propuestas.)

3) Metodología de trabajo (máx. 10)

3.1 Fuentes de datos y software de tratamiento de la información (máx. 5)

Justificación:

- Fuentes oficiales: Oficina del Censo, Junta de Andalucía, Correos, Manual de Identidad Corporativa, estudios IAB y Kantar.
- Herramientas profesionales: Adobe CC (Photoshop, Illustrator, Premiere, After Effects), DaVinci, Audition; gestión con Trello/Asana, repositorios en OneDrive/SharePoint.
- Justificación clara del uso y relevancia.

Puntuación otorgada: 4,5 / 5

(Se valora la exhaustividad en fuentes y herramientas, con uso justificado y alineado con buenas prácticas.)

3.2 Mecánica de trabajo y relación con la Administración (máx. 3)

Justificación:

- Reuniones: kick-off, seguimiento semanal, específicas por campaña, extraordinarias bajo demanda.
- Informes: semanal, hitos, alertas de riesgo.
- Herramientas colaborativas: Trello, OneDrive, Notion.
- Protocolos claros, aunque sin SLA explícitos.

Puntuación otorgada: 2,5 / 3

(Se valora la organización y trazabilidad, aunque la ausencia de SLA reduce la percepción de garantía operativa.)

3.3 Presentación de artes creativas (máx. 2)

Justificación:

- Storyboards, bocetos, cronograma, maquetas digitales; compatibilidad técnica y accesibilidad garantizada. Diseño correcto, pero menos diferencial en recursos visuales.

Puntuación otorgada: 1,2 / 2

(La presentación cumple con los requisitos, aunque carece de elementos innovadores frente a otras propuestas.)

La propuesta de DOS PUNTOS AN INTERNET COMPANY, S.L., ofrece una estructura clara y bien fundamentada, con mensajes ordenados y accesibilidad integrada que garantizan comprensión y neutralidad institucional. Aunque cumple con los requisitos creativos, su enfoque resulta menos innovador frente a otras propuestas, limitándose a recursos gráficos convencionales. La metodología es sólida y documentada, si bien carece de compromisos operativos explícitos, lo que reduce la percepción de garantía en la ejecución. En conjunto, se trata de una propuesta correcta, aunque con menor diferenciación creativa.

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	FRANCISCO MANUEL PADRON GARCIA TALAVERA	19/01/2026	
	JORGE CONDE LOPEZ		
	CRISTOBAL LEON RODRIGUEZ SANCHEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2imE1l E4DKEV6lJl ENOCNY86VYWVH	PÁG. 10/17	



			DOSPUNTOS
1	Claridad del Mensaje	<u>20</u>	14
2	Creatividad y Originalidad	<u>15</u>	12
3.1	Fuentes de datos y Software	<u>5</u>	4,5
3.2	Mecánica de Trabajo y Relación con la Admon.	<u>3</u>	2,5
3.3.	Presentación de las Artes Creativas	<u>2</u>	1,2
		45	34,20

IMAGINA ANDALUCÍA EXCLUSIVAS DE PUBLICIDAD, S.L.

1) Claridad del mensaje (máx. 20)

Justificación:

- Mensajes claros y estructurados en tres niveles: conexión emocional, identidad fija y dato esencial (fechas, plazos, requisitos).
- Neutralidad institucional: evita verbos motivacionales, se centra en acciones administrativas.
- Información completa sobre voto por correo, CERA, ERTA, censo y voto accesible.
- Accesibilidad: subtítulo, LSE visible, jerarquía tipográfica clara, contraste WCAG 2.1.

Puntuación otorgada: 14 / 20

(Se valora la claridad y la neutralidad, con buena integración de accesibilidad, aunque el diseño podría ser más dinámico para mejorar la diferenciación.)

2) Creatividad y originalidad (máx. 15)

Justificación:

- Concepto paraguas con enfoque visual empático y tono institucional.
- Spots y cuñas bien estructurados, pero diseño más clásico (escenas cotidianas, planos de-talle) sin elementos innovadores como audio-logo o integración dinámica.
- Línea gráfica correcta, basada en identidad de la Junta, pero menos diferencial frente a propuestas con recursos disruptivos.

Puntuación otorgada: 11 / 15

(Cumple los requisitos creativos, aunque con menor innovación frente a otras propuestas.)

3) Metodología de trabajo (máx. 10)

3.1 Fuentes de datos y software de tratamiento de la información (máx. 5)

Justificación:

- Fuentes oficiales: Oficina del Censo, Junta, Correos, Manual de Identidad Corporativa, estudios IAB y Kantar.
- Herramientas: Adobe CC (Photoshop, Illustrator, Premiere, After Effects), DaVinci, Audition; gestión con Trello (Kanban).
- Justificación clara del uso y relevancia.

Puntuación otorgada: 4,5 / 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	FRANCISCO MANUEL PADRON GARCIA TALAVERA	19/01/2026	
	JORGE CONDE LOPEZ		
	CRISTOBAL LEON RODRIGUEZ SANCHEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2imFJLF4DKEV6ULFNOCNY86VYVWH	PÁG. 11/17	



3.2 Mecánica de trabajo y relación con la Administración (máx. 3)

Justificación:

- Reuniones: kick-off, seguimiento semanal, extraordinarias.
- Herramientas colaborativas: Trello, Circuit, Slack, correo corporativo.
- Alta disponibilidad (9h-20h, respuesta en el mismo día).

Puntuación otorgada: 2,5 / 3

3.3 Presentación de artes creativas (máx. 2)

Justificación:

- Storyboards, cronograma, bocetos gráficos, adaptaciones para TV, radio y digital.
- No se mencionan prototipos interactivos ni entornos inmersivos.

Puntuación otorgada: 1,2 / 2

(Propuesta sólida y ordenada, aunque con menor diferenciación creativa frente a otras opciones.)

La propuesta de IMAGINA ANDALUCÍA EXCLUSIVAS DE PUBLICIDAD, S.L., se caracteriza por una comunicación ordenada, con mensajes que combinan neutralidad institucional y accesibilidad, garantizando comprensión para todos los públicos. Aunque cumple con los requisitos creativos, su enfoque visual y narrativo resulta más clásico y menos innovador frente a otras opciones, lo que limita su diferenciación. La metodología es sólida y estructurada, con disponibilidad operativa adecuada, aunque sin elementos disruptivos en la presentación. En conjunto, ofrece una solución correcta, pero con menor valor añadido en creatividad.

			IMAGINA
1	Claridad del Mensaje	<u>20</u>	14
2	Creatividad y Originalidad	<u>15</u>	11
3.1	Fuentes de datos y Software	<u>5</u>	4,5
3.2	Mecánica de Trabajo y Relación con la Admon.	<u>3</u>	2,5
3.3.	Presentación de las Artes Creativas	<u>2</u>	1,2
		45	33,20

IMAGINE COMUNICACIÓN ANDALUZA, S.L.

1) Claridad del mensaje (máx. 20)

Justificación:

- Mensajes claros, segmentados por público (voto por correo, ERTA, CERA, censo, voto accesible).
- Estructura narrativa uniforme: intro informativa, instrucción clara, cierre institucional con web y teléfono.
- Fechas y plazos destacados visualmente con iconos y recuadros; tono neutro, sin motivación al voto.
- Accesibilidad integrada: subtítulos, intérprete LSE permanente, contraste cromático WCAG, locución clara.

Puntuación otorgada: 14 / 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	FRANCISCO MANUEL PADRON GARCIA TALAVERA	19/01/2026	
	JORGE CONDE LOPEZ		
	CRISTOBAL LEON RODRIGUEZ SANCHEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2imE1l E4DKEV6lJl ENOCNy86VYWVH	PÁG. 12/17	



(Se valora la claridad y segmentación, con accesibilidad integral, aunque podría reforzarse la simplificación visual en algunos elementos.)

2) Creatividad y originalidad (máx. 15)

Justificación:

- Uso de motion graphics institucionales con diseño minimalista y animación funcional (opacity fades, wipes limpios).
- Cohesión audiovisual: sincronía literal entre voz e imagen, identidad sonora corporativa en cierres.
- Iconografía vectorial adaptada multicanal (TV, web, redes, DOOH).
- Innovación técnica: integración de IA para locuciones y postproducción, diseño 3D sobrio y moderno.

Puntuación otorgada: 12 / 15

(Se valora la innovación técnica y coherencia audiovisual, aunque el diseño mantiene un enfoque institucional clásico.)

3) Metodología de trabajo (máx. 10)

3.1 Fuentes de datos y software de tratamiento de la información (máx. 5)

Justificación:

- Fuentes contrastadas: IECA, INE, CIS, ONCE, Oficina del Censo Electoral.
- Herramientas profesionales: Adobe CC (Illustrator, After Effects, Premiere, Audition), Trello (Kanban), Diagrama de Gantt, IA generativa para voz y retoque visual.
- Justificación clara del uso y relevancia.

Puntuación otorgada: 4,7 / 5

3.2 Mecánica de trabajo y relación con la Administración (máx. 3)

Justificación:

- Reuniones: kick-off, seguimiento semanal, comité quincenal.
- Herramientas colaborativas: Google Suite, Trello, WhatsApp, Drive.
- Protocolos de incidencias y ANS (Acuerdo de Nivel de Servicio) definidos.

Puntuación otorgada: 2,7 / 3

3.3 Presentación de artes creativas (máx. 2)

Justificación:

- Ecosistema visual y sonoro integral, piezas maestras en alta resolución, guiones y material accesible.
- Entrega digital organizada, adaptaciones multicanal.

Puntuación otorgada: 1,7 / 2

(Propuesta completa y técnicamente avanzada, con innovación en IA y diseño 3D, lo que aporta diferenciación frente a enfoques más convencionales.)

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	FRANCISCO MANUEL PADRON GARCIA TALAVERA	19/01/2026	
	JORGE CONDE LOPEZ		
	CRISTOBAL LEON RODRIGUEZ SANCHEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2imE1l F4DKFV6lJL FNQCNY86VYWVH	PÁG. 13/17	



La propuesta de IMAGINE COMUNICACIÓN ANDALUZA, S.L., se presenta como muy completa y técnicamente avanzada, destacando por su claridad informativa, accesibilidad integral y una ejecución audiovisual coherente y moderna. Incorpora elementos innovadores como IA para locuciones y diseño 3D, lo que aporta diferenciación frente a enfoques más convencionales. Además, la metodología es sólida, con protocolos y acuerdos de nivel de servicio definidos, lo que refuerza la garantía operativa. En conjunto, ofrece una solución creativa, con alto valor añadido en innovación y gestión.

			IMAGINE
1	Claridad del Mensaje	<u>20</u>	14
2	Creatividad y Originalidad	<u>15</u>	12
3.1	Fuentes de datos y Software	<u>5</u>	4,7
3.2	Mecánica de Trabajo y Relación con la Admon.	<u>3</u>	2,7
3.3	Presentación de las Artes Creativas	<u>2</u>	1,7
		45	35,10

PRODUCCIONES CINEMATOGRAFICAS SAINT DENIS, S.L.

1) Claridad del mensaje (máx. 20)

Justificación:

- Mensajes estructurados como “manual de instrucciones condensado”: apertura institucional, explicación paso a paso, cierre con canales oficiales.
- Lenguaje neutro, frases cortas, terminología administrativa precisa (CERA, ERTA, voto accesible).
- Orden lógico y sistemático en todas las campañas (contexto → procedimiento → plazos → cierre).
- Accesibilidad integrada: subtítulos, LSE, contraste cromático, QR “INFO” en cierres.

Puntuación otorgada: 14 / 20

(Se valora la claridad y sistemática, con buena integración de accesibilidad, aunque el diseño podría incorporar más elementos diferenciadores.)

2) Creatividad y originalidad (máx. 15)

Justificación:

- Concepto matriz, con estética institucional moderna (HUD, iconografía minimalista).
- Spots y cuñas diseñados como tutoriales institucionales, evitando dramatismo o persuasión.
- Innovación en diseño: animación contenida, QR funcional, coherencia visual y sonora.
- Originalidad moderada: enfoque didáctico sólido, aunque menos disruptivo que propuestas con IA avanzada o audio-logo.

Puntuación otorgada: 12 / 15

(Cumple con los requisitos creativos, aunque con innovación moderada frente a otras propuestas.)

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	FRANCISCO MANUEL PADRON GARCIA TALAVERA	19/01/2026	
	JORGE CONDE LOPEZ		
	CRISTOBAL LEON RODRIGUEZ SANCHEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2imE1l F4DKEV6Ul ENOCNY86VYVWH	PÁG. 14/17	



3) Metodología de trabajo (máx. 10)

3.1 Fuentes de datos y software de tratamiento de la información (máx. 5)

Justificación:

- Fuentes: normativa electoral, Manual de Identidad Corporativa, referencias internacionales (Elections Canada), normativa UNE accesibilidad.
- Herramientas: Adobe CC (After Effects, Premiere, Illustrator), Trello/Asana, IA para subtítulo y control de contraste.

Puntuación otorgada: 4,8 / 5

3.2 Mecánica de trabajo y relación con la Administración (máx. 3)

Justificación:

- Flujo claro: validación en tres hitos (preproducción, V1, V2), reuniones periódicas, interlocutor único.
- Protocolos ante cambios sobrevenidos (bloques reutilizables, control de versiones).

Puntuación otorgada: 2,8 / 3

3.3 Presentación de artes creativas (máx. 2)

Justificación:

- Storyboards, guiones técnicos, simulaciones completas con subtítulos y QR, entrega en formatos RTVA.

Puntuación otorgada: 1,4 / 2

(Propuesta técnicamente consistente, con enfoque didáctico y metodológico sólido, aunque con innovación moderada.)

La propuesta de PRODUCCIONES CINEMATOGRAFICAS SAINT DENIS, S.L., se distingue por su enfoque didáctico y ordenado, con mensajes claros y accesibilidad bien integrada, lo que garantiza comprensión y neutralidad institucional. Aunque su creatividad es correcta y coherente con la estética institucional, resulta menos disruptiva frente a propuestas que incorporan recursos avanzados como IA o elementos sonoros diferenciadores. La metodología es sólida, con protocolos definidos y entregables completos, lo que aporta seguridad en la ejecución. En conjunto, ofrece una solución técnicamente consistente, con innovación moderada.

			PROUCCION.
1	Claridad del Mensaje	<u>20</u>	14
2	Creatividad y Originalidad	<u>15</u>	12
3.1	Fuentes de datos y Software	<u>5</u>	4,8
3.2	Mecánica de Trabajo y Relación con la Admon.	<u>3</u>	2,8
3.3.	Presentación de las Artes Creativas	<u>2</u>	1,4
		45	35,00

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	FRANCISCO MANUEL PADRON GARCIA TALAVERA	19/01/2026	
	JORGE CONDE LOPEZ		
	CRISTOBAL LEON RODRIGUEZ SANCHEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2imE1l F4DKFV6lJL FNQCNY86VYVWH	PÁG. 15/17	



TRICICLO DE PUBLICIDAD, S.L.

1) Claridad del mensaje (máx. 20)

Justificación:

- Mensajes organizados en secuencia lógica: arranque institucional → procedimiento → plazos → cierre con canales oficiales.
- Lenguaje neutro, frases cortas, sin tecnicismos ni apelaciones emocionales.
- Refuerzo visual con iconografía clara, tipografía legible y rótulos contrastados.
- Accesibilidad integrada: subtítulo, locución clara, contraste cromático WCAG 2.1.

Puntuación otorgada: 16,5 / 20

(Se valora la claridad y sistemática impecable, con excelente integración de accesibilidad.)

2) Creatividad y originalidad (máx. 15)

Justificación:

- Concepto paraguas, con el sobre electoral como símbolo central.
- Coherencia visual y narrativa en todas las campañas (look & feel uniforme, iconografía institucional).
- Originalidad: enfoque sólido y racional, con valor diferencial sin perder institucionalidad.
- Cumplimiento estricto del Manual de Identidad y normativa de accesibilidad.

Puntuación otorgada: 14 / 15

(Propuesta creativa y diferenciadora, con equilibrio entre innovación y neutralidad institucional.)

3) Metodología de trabajo (máx. 10)

3.1 Fuentes de datos y software de tratamiento de la información (máx. 5)

Justificación:

- Fuentes: EGM, Kantar, INE, campañas UE, normativa WCAG, análisis de campañas previas.
- Herramientas: Adobe CC (Illustrator, After Effects, Premiere), Figma, Audition; gestión con Trello/Drive; análisis con Tableau y LibreQDA.

Puntuación otorgada: 4,8 / 5

3.2 Mecánica de trabajo y relación con la Administración (máx. 3)

Justificación:

- Reuniones: kick-off, seguimiento semanal/quincenal, panel colaborativo online.
- Protocolos ante cambios: respuesta en <24h, replanificación ágil, control de versiones.

Puntuación otorgada: 2,8 / 3

3.3 Presentación de artes creativas (máx. 2)

Justificación:

- Storyboards, muestras audiovisuales, guiones técnicos, entrega en formatos accesibles y adaptados.

Puntuación otorgada: 1,8 / 2

(Propuesta completa y competitiva, con equilibrio entre claridad, creatividad y garantías operativas. Se posiciona como la más robusta y diferenciadora.)

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	FRANCISCO MANUEL PADRON GARCIA TALAVERA	19/01/2026	
	JORGE CONDE LOPEZ		
	CRISTOBAL LEON RODRIGUEZ SANCHEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2imE1l F4DKEV6lJl FNQCNy86VYVWH	PÁG. 16/17	



Esta propuesta correspondiente a TRICICLO DE PUBLICIDAD, S.L., se posiciona como la más completa y competitiva, combinando una claridad informativa muy adecuada con un planteamiento creativo que aporta originalidad sin perder la neutralidad institucional. Su concepto paraguas y coherencia visual refuerzan la identidad institucional, mientras que la metodología demuestra rigor y agilidad, con protocolos sólidos y herramientas profesionales que garantizan una ejecución eficiente. Además, la presentación de artes creativas es impecable y adaptada a todos los canales. En conjunto, supera al resto por equilibrio entre claridad, creatividad y garantías operativas, ofreciendo la solución más robusta y diferenciadora.

			TRICICLO
1	Claridad del Mensaje	<u>20</u>	16,5
2	Creatividad y Originalidad	<u>15</u>	14
3.1	Fuentes de datos y Software	<u>5</u>	4,8
3.2	Mecánica de Trabajo y Relación con la Admon.	<u>3</u>	2,8
3.3.	Presentación de las Artes Creativas	<u>2</u>	1,8
		45	39,90

6. RESUMEN GLOBAL DE LAS OFERTAS PRESENTADAS:

		TRICICLO	IMAGINE	CREDO	PROUCCION.	CRÓNICA	DOSPUNTOS	DEFCOM2	IMAGINA
1	Claridad del Mensaje	<u>20</u>	16,5	14	14,5	14	14	14	14
2	Creatividad y Originalidad	<u>15</u>	14	12	12	12	12	12	11
3.1	Fuentes de datos y Software	<u>5</u>	4,8	4,7	4,5	4,8	4,5	3,5	4,5
3.2	Mecánica de Trabajo y Relación con la Admon.	<u>3</u>	2,8	2,7	2,7	2,8	2,5	2,4	2,5
3.3.	Presentación de las Artes Creativas	<u>2</u>	1,8	1,7	1,4	1,4	1,2	1,7	1,2
		45	39,90	35,10	35,10	35,00	34,20	33,60	33,20

A la vista de las señaladas puntuaciones, todas las empresas licitadoras han alcanzado el umbral mínimo del 50 % de la puntuación máxima atribuible a los criterios de adjudicación valorados mediante juicio de valor (sobre electrónico n.º 2), por lo que continúan en el procedimiento de licitación.

Es cuanto se tiene a bien informar, en Sevilla, el día de la firma

EL JEFE DE SERVICIO DE ESTUDIOS Y COORDINACIÓN ELECTORAL

Fdo.: Cristobal León Rodríguez Sánchez

EL JEFE DE SERVICIO DE COORDINACIÓN Y PLANIFICACIÓN INFORMATIVA

Fdo.: Jorge Conde López

EL JEFE DE GABINETE DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

Fdo.: Francisco Padrón García Talavera

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	FRANCISCO MANUEL PADRON GARCIA TALAVERA	19/01/2026	
	JORGE CONDE LOPEZ		
	CRISTOBAL LEON RODRIGUEZ SANCHEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2imE1l F4DKEV6lJl FNOCNY86VYVWH	PÁG. 17/17	