MEMORIA JUSTIFICATIVA SOBRE LA NECESIDAD DE CONTRATAR EL SERVICIO PARA EL DISEÑO, CREACIÓN Y ADAPTACIÓN A DISTINTOS FORMATOS DEL MATERIAL PUBLICITARIO DE LAS DISTINTAS CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DE LA CONSEJERÍA DE SOSTENIBILIDAD Y MEDIO AMBIENTE.

EXPEDIENTE DE CONTRATACIÓN : **CONTR-2025-18151**

1.- Objeto del contrato.

El objeto del presente contrato es la prestación del servicio consistente en el diseño, creación, producción y adaptación del material publicitario que resulte más adecuado para cada uno de los medios en los que se efectúe la inserción de las distintas campañas de comunicación: PRENSA (digital e impresa), RADIO (regional y local), TELEVISIÓN (regional y local), REDES SOCIALES (Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, etc).

Se pretende contratar los trabajos relacionados seguidamente de acuerdo con los objetivos operativos que se pretendan alcanzar en las diversas campañas de comunicación y el público objetivo destinatario de las mismas:

- Estrategia creativa de la campaña de comunicación.
- Creación de piezas principales de campaña.
- Adaptación a los formatos convencionales necesarios para el plan de medios detallado en el siguiente enlace (referido a especificaciones técnicas orientativas, que serán revisadas tras el encargo): https://ficheros.juntadeandalucia.es/s/HAbKjnZ5xs42A40, pudiendo incluir los siguientes trabajos:
    - Cuña de 25 segundos
    - Spot de 30 segundos en formatos para su difusión en televisión y Redes Sociales
    - Gráficas para prensa/redes sociales
    - Banners dinámicos y estáticos en formato vertical y horizontal

- Archivado y cesión de los archivos editables (Adobe Ilustrator, Adobe Photoshop, Máster de video, etc.) para posteriores adaptaciones fuera de este contrato.

Se incluyen todos los derechos nacionales e internacionales y permisos necesarios para la realización y utilización de las diferentes piezas creativas (música, imagen, modelos, copyright,…).

En virtud de lo dispuesto en el artículo 7.6.f) del Decreto 170/2024, de 26 de agosto, por el que se establece la estructura orgánica de la Consejería de Sostenibilidad y Medio Ambiente, se atribuye a la Secretaría General Técnica “la coordinación de la publicidad institucional y de la imagen corporativa de la Consejería, así como la coordinación y actualización del sitio web de la Consejería”.

El Código CPV del contrato es el 79341000-6 (Servicios de publicidad).
79822500-7 Servicios de diseño gráfico

MANUEL MUÑOZ SANCHEZ		12/05/2026 08:17:35	PÁGINA: 1 / 17
VERIFICACIÓN	NJyGw9871616q4m668QHKb0IxRvmg0	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

2.- Insuficiencia de medios.

Este centro directivo carece de los medios personales y materiales necesarios para la ejecución de los trabajos a realizar, los cuales requieren, dada la naturaleza de dichas tareas, de una empresa especializada en la elaboración del diseño, el asesoramiento, y apoyo técnico para la implementación de una estrategia efectiva de comunicación y de un adecuado plan de medios en los diferentes soportes, lo que conllevaría una infraestructura y unos medios técnicos y humanos del cual se carece en esta Secretaría General Técnica, siendo necesario licitar el servicio para cubrir las necesidades que se tratan de satisfacer a través de la presente contratación.

3.- Procedimiento de licitación y justificación de la no división en lotes.

Visto el objeto del contrato se trata de un contrato de servicio que, al no superar el umbral fijado en el artículo 22.1.b) de la Ley de Contratos del Sector Público, no está sujeto a regulación armonizada.

De conformidad con lo previsto en el artículo 131.2 de la Ley de Contratos del Sector Público, el procedimiento de adjudicación será el abierto, utilizando una pluralidad de criterios de adjudicación basados en el principio de mejor relación calidad-precio.

Con la elección de este procedimiento, se pretende garantizar la libre concurrencia y la transparencia, de forma que se facilite la presentación de oferta a todas las empresas que cumplan los requisitos de solvencia técnica y económica, excluyendo toda negociación de los términos del contrato con las personas o entidades licitadores.

Tal y como dispone el artículo 99.3 de la Ley del Contratos del Sector Público, *"Siempre que la naturaleza o el objeto del contrato lo permitan, deberá preverse la realización independiente de cada una de sus partes mediante su división en lotes".*

En atención a que el objeto principal del contrato radica en la definición de una estrategia creativa para las distintas campañas de comunicación, así como en la elaboración de las piezas principales y su ulterior adaptación a los diversos formatos previstos en el correspondiente plan de medios, resulta imprescindible que la empresa adjudicataria proceda a la ejecución del contrato de manera integral, desarrollando la campaña de comunicación como una unidad funcional y coherente. La ejecución separada de las distintas prestaciones comprendidas en el objeto contractual comprometería su adecuada realización, al exigir la coordinación de actuaciones necesariamente interdependientes. En consecuencia, carece de justificación el fraccionamiento del objeto del contrato.

4.- Características técnicas.

Para alcanzar la máxima eficacia, la empresa adjudicataria deberá atenerse a criterios técnicos en lo relativo a la planificación de medios de comunicación y soportes publicitarios, de acuerdo con los objetivos y grupos de población destinatarios de la acción, el carácter territorial y la difusión de cada medio, dentro de las limitaciones económicas fijadas.

El alcance del contrato queda recogido en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

MANUEL MUÑOZ SANCHEZ		12/05/2026 08:17:35	PÁGINA: 2 / 17
VERIFICACIÓN	NJyGw9871616q4m668QHKb0IxRvmg0	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

5.- Responsable del contrato.

Se propone como responsable del contrato a la persona titular de la Jefatura del Gabinete de la Consejera de Sostenibilidad y Medio Ambiente, a la que corresponderá supervisar su ejecución y adoptar las decisiones y dictar las instrucciones necesarios con el fin de asegurar la correcta realización de la prestación pactada.

6.- Plazo de ejecución y prórrogas.

El plazo de ejecución del contrato será de 18 meses

Se estima que la ejecución del contrato comience en septiembre de 2026 si no se presentan incidencias que paralicen la licitación.

7.- Valoración económica del contrato.

Con carácter general la campaña incluirá diseño y creatividad de la campaña, adaptación a las redes sociales y al resto de elementos de la campaña, spot audiovisual, cuñas de radio. Se ha estimado que la Consejería de Sostenibilidad y Medio Ambiente pondrá en marcha a lo largo de los 18 meses de ejecución del contrato un total de 14 campañas.

Se trata de un contrato de servicio en función de las necesidades, regulado en la disposición adicional 33ª de la Ley 9/2017, donde el empresario se obliga a ejecutar el servicio de forma sucesiva y por los precios unitarios ofertados, sin que el número total de prestaciones incluidas en el objeto del contrato se defina con exactitud al tiempo de celebrar este, por estar subordinadas las mismas a las necesidades de la Administración, operando el presupuesto de licitación como límite máximo de gasto.

Los precios unitarios establecidos como máximos definidos para las distintas prestaciones que conforman una campaña son:

- Estrategia creativa de campaña. Importe máximo unitarios 2.400,00 €
- Creación de piezas principales de campaña. Importe máximo unitarios 1.400,00 €
- Adaptación a los formatos convencionales necesarios para el plan de medios, siendo las siguientes:
    1. Cuña de 25 segundos Importe máximo unitarios 400 ,00€
    2. Spot de 30 segundos en formatos para su difusión en televisión y Redes Sociales (spot con desplazamientos y sin desplazamientos)
        - Con desplazamiento: Importe máximo unitarios 3.500,00 €
        - Sin desplazamiento: Importe máximo unitarios 2.700,00 €
    3. Gráficas para prensa/redes sociales (con unas 30 adaptaciones de formato)
       Importe máximo unitarios 60 €/adaptación (total 1.800 €)
    4. Banners dinámicos y estáticos en formato vertical y horizontal (unas 11 adaptaciones)
       Importe máximo unitarios 100 €/adaptación (total1.100 €)

Por tanto, para cada campaña se ha estimado un importe de 13.300,00 euros IVA no incluido, no obstante, la ejecución concreta de cada campaña de comunicación estará supeditada a las necesidades concretas de la Administración, como se ha indicado anteriormente.

MANUEL MUÑOZ SANCHEZ		12/05/2026 08:17:35	PÁGINA: 3 / 17
VERIFICACIÓN	NJyGw9871616q4m668QHKb0IxRvmg0	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

Se ha estimado que el número de campañas de comunicación institucional que esta Consejería de Sostenibilidad y Medio Ambiente desarrollará en el periodo de 18 meses es de catorce (14), por un importe de 186.200,00 euros IVA excluido, **siendo su importe de 225.302,00 euros IVA incluido**, operando este importe como presupuesto base de licitación y límite máximo de gasto.

De conformidad con lo establecido en el artículo 100 de la LCSP, el Presupuesto Base de Licitación se ha determinado a partir de los costes directos necesarios para la ejecución del contrato, los costes indirectos derivados de la estructura empresarial necesaria para su desarrollo, y un margen de beneficio industrial razonable acorde con las condiciones de mercado del sector.

Costes directos.-

Se consideran costes directos aquellos directamente vinculados a la ejecución material del servicio.

Costes directos de personal

Concepto	Importe
Coste salarial estimado	86.060,40 €
Cotización empresarial Seguridad Social (34%)	29.260,54 €
TOTAL COSTE DIRECTO DE PERSONAL	115.320,94 €

Servicios profesionales externos y costes de producción

Concepto	Importe
Gastos profesionales y servicios externos	38.563,00 €

Estos costes incluyen, entre otros: servicios de locución profesional, producción audiovisual, derechos de imagen y música, bancos de imágenes y tipografías comerciales, colaboraciones especializadas y gastos asociados a producción técnica.

Total costes directos

Concepto	Importe
Costes directos de personal	115.320,94 €
Servicios externos	38.563,00 €
TOTAL COSTES DIRECTOS	153.883,94 €

MANUEL MUÑOZ SANCHEZ | 12/05/2026 08:17:35 | PÁGINA: 4 / 17
VERIFICACIÓN | NJyGw9871616q4m668QHKb0IxRvmg0 | https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/

Costes indirectos

Se consideran costes indirectos aquellos necesarios para la actividad ordinaria de la empresa adjudicataria y que, sin poder imputarse de forma directa al contrato, resultan necesarios para su correcta ejecución. Se estiman en un 15 % de los costes directos, porcentaje habitual en contratos de servicios intensivos en personal.

Concepto	Importe
Gastos generales (15%)	23.082,59 €

Estos incluyen estructura administrativa, dirección y gestión empresarial, sistemas informáticos corporativos, costes generales de funcionamiento, seguros generales, prevención de riesgos laborales, costes financieros ordinarios y amortización de medios generales.

Subtotal coste del servicio

Concepto	Importe
Total costes directos	153.883,94 €
Costes indirectos	23.082,59 €
SUBTOTAL COSTE PRESTACIÓN	176.966,53 €

Beneficio industrial

Se establece un beneficio industrial del 6 %, porcentaje habitual en contratos del sector público y considerado suficiente para garantizar la viabilidad económica del contrato y fomentar la concurrencia competitiva sin distorsionar los precios de mercado.

Concepto	Importe
Beneficio industrial (6%)	9.233,04 €

Presupuesto Base de Licitación

Concepto	Importe
Subtotal coste prestación	176.966,53 €
Beneficio industrial	9.233,04 €
PBL sin IVA	186.199,57 €
IVA (21%)	39.101,91 €
PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN REDONDEADO	**225.302,00 €**

MANUEL MUÑOZ SANCHEZ | 12/05/2026 08:17:35 | PÁGINA: 5 / 17
VERIFICACIÓN | NJyGw9871616q4m668QHKb0IxRvmg0 | https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/

8.- PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN Y VALOR ESTIMADO

Configurada la licitación de este expediente de contratación pasamos a indicar su valor estimado.

Valor estimado = 186.200,00 euros IVA excluido

El presupuesto de licitación de la presente contratación es de 186.200,00 € más 39.102,00 € correspondientes al 21% de IVA para un total de 225.302,00 euros, según la distribución por anualidades indicado a continuación:

Año	Importe	Partida Presupuestaria
2026	78.302,00 €	2000010000G/12S/60909/00 01 2023001097
2027	115.000,00 €	2000010000G/12S/60909/00 01 2023001097
20287	32.000,00 €	2000010000G/12S/60909/00 01 2023001097

9.- CAPACIDAD Y SOLVENCIA DE LA PERSONA LICITADORA PARA CONTRATAR

Los requisitos de capacidad y solvencia que se relacionan a continuación deberán concurrir a la fecha de conclusión del plazo de presentación de proposiciones y subsistir en el momento del perfeccionamiento del contrato.

A tales efectos y por lo que a la CAPACIDAD respecta no se exige habilitación empresarial o profesional.

• CLASIFICACIÓN

◦ Grupo o subgrupo de clasificación y categoría de clasificación del contrato:

GRUPO	SUBGRUPO	CATEGORÍA
T	1	2

Las empresas licitadoras podrán acreditar su solvencia, indistintamente, mediante su clasificación en el Grupo T, Subgrupo 1, categoría 2, de acuerdo a lo establecido en el artículo 37 del Reglamento General de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas, o bien acreditando el cumplimiento de los requisitos específicos de solvencia siguientes:

MANUEL MUÑOZ SANCHEZ | 12/05/2026 08:17:35 | PÁGINA: 6 / 17
VERIFICACIÓN | NJyGw9871616q4m668QHKb0IxRvmg0 | https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/

- La solvencia económica y financiera.

Se acreditará por los medios alternativos que se señalan a continuación:

- Volumen anual de negocios de la persona licitadora que referido al mejor ejercicio dentro de los tres últimos disponibles en función de las fechas de constitución o de inicio de actividades de la persona licitadora y de presentación de ofertas por importe mínimo igual al valor estimado del contrato (186.200,00 euros)

  El volumen anual de negocios de la persona licitadora se acreditará por medio de sus cuentas anuales aprobadas y depositadas en el Registro Mercantil, si la persona licitadora estuviera inscrita en dicho registro, y en caso contrario por las depositadas en el registro oficial en que deba estar inscrita. Las personas licitadoras individuales no inscritas en el Registro Mercantil acreditarán su volumen anual de negocios mediante sus libros de inventarios y cuentas anuales legalizados por el Registro Mercantil.

  La acreditación podrá igualmente realizarse mediante un «certificado de importe neto de la cifra de negocios» expedido por la AEAT o con la aportación del resumen de la declaración del IVA presentada a Hacienda (modelo 390).

  Volumen anual de negocio igual o superior a 186.200,00 euros

Se considera que acreditar la solvencia económica y financiera mediante el criterio anteriormente expuesto no limita la concurrencia y es adecuado para dicha acreditación.

- La solvencia técnica o profesional.

Se acreditará por el medio que se señala a continuación.

- Relación de los principales servicios realizados de igual o similar naturaleza que los que constituyen el objeto del contrato, indicando su importe, fechas y destinatario público o privado de los mismos, acompañada de los documentos acreditativos correspondientes. Los servicios efectuados se acreditarán mediante certificados expedidos o visados por el órgano competente, cuando el destinatario sea una entidad del sector público; cuando el destinatario sea un comprador privado, mediante un certificado expedido por éste o, a falta de este certificado, mediante una declaración del empresario.

El periodo para tener en consideración los servicios realizados será el de los tres últimos años. Se exige que el importe anual acumulado sin incluir impuestos en el año de mayor ejecución sea igual o superior al 100 % de su anualidad media si esta es inferior al valor estimado del contrato, en servicios de igual o similar naturaleza que los que constituyen el objeto del contrato.

	IMPORTE ANUAL MÍNIMO (euros)
SERVICIO DISEÑO, CREACIÓN Y ADAPTACIÓN DEL MATERIAL PUBLICITARIO CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	150.500,00 €

MANUEL MUÑOZ SANCHEZ		12/05/2026 08:17:35	PÁGINA: 7 / 17
VERIFICACIÓN	NJyGw9871616q4m668QHKb0IxRvmg0	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

Sistema para determinar que un trabajo o servicio es de igual o similar naturaleza al que constituye el objeto del contrato: cuatro primeros dígitos del CPV. (7934 y 7982)

Se considera que acreditar la solvencia técnica o profesional mediante el criterio anteriormente expuesto no limita la concurrencia y es adecuado para dicha acreditación.

10.- CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN.

La adjudicación del presente contrato de servicios se efectuará conforme al principio de mejor relación calidad-precio, de acuerdo con lo establecido en el artículo 145.2 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público. Dada la naturaleza intelectual y creativa de las prestaciones objeto del contrato, que comprenden el diseño, creación y adaptación a distintos formatos del material publicitario de las campañas de comunicación institucional de la Consejería de Sostenibilidad y Medio Ambiente, resulta imprescindible valorar no solo el aspecto económico de las ofertas, sino también elementos cualitativos que garanticen la excelencia técnica, la capacidad innovadora y la eficacia comunicativa de los trabajos a realizar. En cumplimiento del artículo 145.4 de la citada ley, los criterios relacionados con la calidad representan más del 51 por ciento de la puntuación total asignable. Estos criterios, si bien vinculados a la calidad del servicio, se han configurado como criterios evaluables mediante fórmulas matemáticas o parámetros objetivos, lo que permite una valoración automática y transparente. En consecuencia, se han establecido los siguientes criterios de adjudicación:

1. Proposición económica (De 0 a 45 puntos)

La máxima puntuación (45 puntos) la obtendrá la oferta económica más baja de las admitidas, y la mínima puntuación (0 puntos) la obtendrá la oferta económica que coincida con el presupuesto de licitación. Las ofertas intermedias tendrán la puntuación que les corresponda de acuerdo con un criterio de proporcionalidad entre los valores máximos (máxima puntuación), y mínimos (mínima puntuación) indicados anteriormente.

$$P_o = P_{max} \cdot \left(1 - \left(\frac{B_{max} - B_o}{B_{max}} \right)^2 \right)$$

Po	**Puntuación licitador**: Puntuación obtenida por el licitador tras la aplicación de la fórmula	Pmax	**Puntuación máxima**: Puntuación máxima que puede obtener el licitador
Bo	**Baja licitador**: Baja de la oferta económica (en %) presentada por el licitador	Bmax	**Baja más económica**: Baja máxima de la oferta económica (en %) entre todos los licitadores

MANUEL MUÑOZ SANCHEZ		12/05/2026 08:17:35	PÁGINA: 8 / 17
VERIFICACIÓN	NJyGw9871616q4m668QHKb0IxRvmg0	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

El presente contrato se estructura sobre la base de **precios unitarios máximos** establecidos para cada una de las prestaciones que conforman una campaña publicitaria completa.

Los licitadores deberán ofertar **precios unitarios iguales o inferiores** a los máximos establecidos para cada concepto. Asimismo, cada licitador cumplimentará en su oferta el apartado correspondiente al Importe global de referencia ofertado, que obtendrá del sumatorio de los distintos precios unitarios ofertados.

Cuadro de precios unitarios máximos

Los precios unitarios máximos establecidos para las distintas prestaciones son los siguientes:

CONCEPTO	PRECIO UNITARIO MÁXIMO (sin IVA)	PRECIO UNITARIO OFERTADO (sin IVA)
FASE 1: ESTRATEGIA CREATIVA		
Estrategia creativa de campaña	2.400,00 €	
FASE 2: CREACIÓN DE PIEZAS PRINCIPALES		
Creación de piezas principales de campaña	1.400,00 €	
FASE 3: PRODUCCIÓN Y ADAPTACIÓN A FORMATOS		
Cuña de radio de 25 segundos	400,00 €	
Spot de 30 segundos CON desplazamiento (TV y RRSS)	3.500,00 €	
Spot de 30 segundos SIN desplazamiento (TV y RRSS)	2.700,00 €	
Gráficas para prensa/redes sociales	60 €/adaptación	
Banners dinámicos y estáticos	100,00 €/adaptación	
Importe global de referencia ofertado **Sumatorio de los distintos precios unitarios ofertados**		

Importe global de referencia para licitación (10.560,00 euros)

Para determinar la puntuación económica de las distintas ofertas presentadas en la licitación, se establece un **importe global de referencia** resultante de la suma de los precios unitarios máximos de una campaña tipo completa, compuesta por los trabajos definidos en función de los distintos precios unitarios, este importe se establece en la cantidad de **10.560,00 euros.**

MANUEL MUÑOZ SANCHEZ | 12/05/2026 08:17:35 | PÁGINA: 9 / 17
VERIFICACIÓN | NJyGw9871616q4m668QHKb0IxRvmg0 | https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/

La elección de una fórmula cuadrática para la valoración económica en un contrato administrativo busca un equilibrio más justo entre el precio y la calidad, fomenta una competencia más robusta y desincentiva prácticas poco sostenibles, lo que en última instancia beneficia a la Administración al seleccionar la oferta más ventajosa en su conjunto.

Una fórmula lineal simple a menudo otorga una ventaja desproporcionada a la oferta más baja, incluso si la diferencia de precio es mínima con respecto a la segunda mejor oferta. Esto puede llevar a que los licitadores presenten ofertas económicamente inviables o "temerarias", buscando ganar por un margen mínimo, lo que puede derivar en problemas de ejecución del contrato.

Una fórmula cuadrática penaliza menos las diferencias relativas de precio a medida que las ofertas se acercan al precio más bajo. Esto significa que las ofertas muy competitivas pero no necesariamente la más baja pueden obtener una puntuación económica alta, incentivando a más empresas a presentar ofertas ajustadas y realistas sin el riesgo de ser eliminadas por una diferencia mínima de precio. Se premia la proximidad al mejor precio sin castigar excesivamente a la segunda o tercera mejor oferta.

2. Cualificación del Equipo de trabajo de la empresa licitadora (De 0 a 45 puntos)

Este criterio tiene por objeto evaluar de forma objetiva la capacidad técnica y humana de la empresa licitadora para ejecutar el contrato con garantías de calidad, mediante la valoración de la cualificación profesional acreditada del equipo de trabajo que se adscribirá al proyecto, así como los recursos formativos demostrados.

La calidad de las campañas de comunicación institucional depende directamente de la cualificación, especialización y formación continua de los profesionales que las diseñan y ejecutan. Un equipo técnicamente cualificado y actualizado constituye la mejor garantía de:

- **Calidad profesional:** conocimientos técnicos sólidos y actualizados en las diferentes disciplinas del diseño, la comunicación y la publicidad
- **Especialización sectorial:** comprensión de las particularidades de la comunicación institucional y del sector público
- **Capacidad de innovación:** incorporación de nuevas tendencias, herramientas y metodologías
- **Eficiencia en la ejecución:** profesionales formados cometen menos errores y optimizan procesos
- **Cumplimiento normativo:** conocimiento de regulaciones, accesibilidad, protección de datos y normativa aplicable
- **Capacidad resolutiva:** habilidad para enfrentar desafíos técnicos o creativos complejos

La formación específica y la actualización profesional continua son indicadores objetivos y cuantificables del compromiso de la empresa con la excelencia profesional y la mejora continua de su equipo.

MANUEL MUÑOZ SANCHEZ		12/05/2026 08:17:35	PÁGINA: 10 / 17
VERIFICACIÓN	NJyGw9871616q4m668QHKb0IxRvmg0	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

2.1.- Cualificación académica del equipo (0-25 puntos)

Se valorará la cualificación académica oficial del equipo que el licitador adscribirá a la ejecución del contrato, considerando únicamente las titulaciones oficiales directamente relacionadas con el objeto del contrato. Se considerarán titulaciones oficiales directamente relacionadas con el objeto del contrato, entre las que se encuentran:

- Grado/Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas
- Grado/Licenciatura en Comunicación Audiovisual
- Grado/Licenciatura en Periodismo
- Grado/Licenciatura en Diseño Gráfico / Bellas Artes (especialidad diseño)
- Grado/Licenciatura en Marketing y Comunicación
- Grado en Diseño Digital / Diseño Multimedia
- Máster Universitario Oficial en Diseño Gráfico, Comunicación, Publicidad o áreas afines
- Titulaciones de formación profesional en diseño, marketing, publicidad o afines (ciclos formativos de grado medio o superior)

No se computarán:

- Títulos propios de universidades (no oficiales)
- Cursos de especialización no oficiales
- Titulaciones no relacionadas con el objeto del contrato

El licitador deberá presentar una **relación nominal del equipo** con indicación expresa de qué profesionales se adscribirán al proyecto. Se valorará la formación académica del personal adscrito a la ejecución del contrato, de conformidad con el siguiente baremo:

- 5 punto por cada titulación universitaria oficial (grado, licenciatura, diplomatura o equivalente), relacionada con el objeto del contrato.
- 2,5 puntos por cada título de ciclo formativo de grado medio o de grado superior (Formación Profesional o equivalente), relacionado con el objeto del contrato.

La puntuación máxima asignable por este criterio será de 25 puntos, no pudiendo superarse dicho límite aunque se acrediten más titulaciones.

Para cada profesional computado, se deberá aportar:

- **Relación nominal** identificando nombre, apellidos y DNI/NIE
- **Copia del título universitario oficial** o certificación académica
- **Acreditación de vinculación con la empresa:**
  - Informe de vida laboral de la Seguridad Social (para personal contratado)
  - Contrato laboral vigente, o compromiso de adscripción firmado (para incorporaciones futuras)
- **Declaración responsable** de adscripción efectiva al proyecto objeto del contrato

La ausencia de documentación acreditativa para algún profesional impedirá su cómputo.

MANUEL MUÑOZ SANCHEZ		12/05/2026 08:17:35	PÁGINA: 11 / 17
VERIFICACIÓN	NJyGw9871616q4m668QHKb0IxRvmg0	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

3.2.- Formación especializada recibida (de 0 a 15 puntos)

Se valorará la formación especializada recibida por los miembros del equipo adscrito al proyecto. Con este criterio se reconoce el esfuerzo de actualización profesional continua y la adquisición de conocimientos especializados mediante formación reglada, cursos profesionales y programas de especialización.

Temáticas computables:

- Diseño gráfico y editorial
- Diseño digital y UX/UI
- Comunicación institucional y pública
- Marketing digital y redes sociales
- Producción audiovisual y motion graphics
- Herramientas profesionales de diseño (Adobe Creative Suite, Figma, Sketch, etc.)
- Accesibilidad y diseño inclusivo
- Estrategia de contenidos y copywriting
- Gestión de proyectos de comunicación
- Normativa y compliance en comunicación institucional
- Tendencias en publicidad y comunicación

Se considerarán exclusivamente las siguientes tipologías de formación:

A) Cursos de formación especializada:

- Cursos de al menos 20 horas lectivas de duración
- Impartidos por entidades de formación reconocidas (universidades, escuelas de negocio, colegios profesionales, empresas tecnológicas, plataformas de formación profesional)
- Finalizados con certificado de aprovechamiento o superación

B) Programas de especialización o posgrado:

- Títulos propios de especialización universitaria (mínimo 15 ECTS)
- Programas Executive o de desarrollo profesional
- Bootcamps intensivos de especialización (mínimo 100 horas)

C) Formación en plataformas reconocidas:

- Cursos certificados de LinkedIn Learning, Coursera, Domestika, Udemy (solo cursos con certificado de finalización de más de 20 horas)
- Programas oficiales de Google, Meta, Adobe, etc. con certificado de superación

No se computarán:

- Cursos de menos de 20 horas de duración
- Jornadas, webinars, charlas o conferencias puntuales
- Formación sin certificado acreditativo
- Formación no relacionada con el objeto del contrato
- Certificados de asistencia sin acreditación de aprovechamiento

MANUEL MUÑOZ SANCHEZ		12/05/2026 08:17:35	PÁGINA: 12 / 17
VERIFICACIÓN	NJyGw9871616q4m668QHKb0IxRvmg0	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

La puntuación se calculará en función del **número total de horas de formación** acreditadas por el conjunto del equipo adscrito al proyecto, con un máximo de 5 personas.

Fórmula de cálculo:

Puntuación = (Horas totales de formación acreditada / 600) × 15 puntos

Con el límite máximo de 15 puntos.

Para cada acción formativa computada, se deberá aportar:

- **Certificado o diploma** expedido por la entidad formadora
- **Identificación del profesional** que realizó la formación (debe constar en equipo declarado)
- **Denominación del curso** y contenidos
- **Número de horas lectivas** (debe constar expresamente)
- **Fechas de realización** (inicio y fin)
- **Entidad organizadora** de la formación
- En su caso, **calificación obtenida** o certificación de aprovechamiento

3. Reconocimientos profesionales (De 0 a 15 puntos)

Se valorarán los premios y publicaciones en medios especializados, que demuestren su excelencia, innovación y reconocimiento en el sector publicitario.

4.1. Premios del sector publicitario y marketing (hasta 10 puntos)

Se otorgarán puntos según el ámbito de los premios obtenidos:

- Premios internacionales: 5 puntos por premio
- Premios nacionales: 3 puntos por premio
- Premios autonómicos o regionales: 2,5 puntos por premio
- Premios provinciales o locales: 1 punto por premio

4.2. Publicaciones en medios especializados (hasta 5 punto)

Se valorará la aparición de campañas, casos de éxito o artículos sobre la empresa en medios de referencia del sector:

- Medios internacionales especializados: 1,0 puntos por publicación
- Medios nacionales especializados: 0,75 puntos por publicación

Para que los reconocimientos sean valorados, las empresas licitadoras deberán aportar:

1. **Certificados o diplomas oficiales** de los premios obtenidos
2. **Enlaces verificables** a publicaciones en medios especializados o capturas de pantalla
3. **Declaración jurada** de veracidad de la información aportada

MANUEL MUÑOZ SANCHEZ		12/05/2026 08:17:35	PÁGINA: 13 / 17
VERIFICACIÓN	NJyGw9871616q4m668QHKb0IxRvmg0	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

Parámetros objetivos para considerar una oferta anormalmente baja:

Para determinar la baja ofertada en la licitación, se establece un **importe global de referencia** resultante de la suma de los precios unitarios máximos de una campaña tipo completa, este importe se establece en la cantidad de **10.560,00 euros.**

1. Si la valoración relativa a los criterios evaluables (excepto la propuesta económica) es inferior a 30, se consideraran anormalmente bajas aquellas ofertas que se encuentren en alguno de los siguientes supuestos:

1.1. Si concurre una sola persona licitadora cuya proposición cumpla la citada condición, cuando la oferta sea inferior al **importe global de referencia** en mas de 15 unidades porcentuales.

1.2. Si concurre mas de una persona licitadora que cumplan la citada condición:

- Cuando concurran dos personas licitadoras, la que sea inferior en mas de 20 unidades porcentuales a la otra oferta.
- Cuando concurran tres personas licitadoras, las que sean inferiores en mas de 10 unidades porcentuales a la media aritmética de las ofertas presentadas. No obstante, se excluirá para el computo de dicha media la oferta de cuantía mas elevada cuando sea superior en mas de 10 unidades porcentuales a dicha media.
- Cuando concurran cuatro o mas personas licitadoras, las que sean inferiores en mas de 10 unidades porcentuales a la media aritmética de las ofertas presentadas. No obstante, si entre ellas existen ofertas que sean superiores a dicha media en mas de 10 unidades porcentuales, se procederá al calculo de una nueva media solo con las ofertas que no se encuentren en el supuesto indicado. En todo caso, si el numero de las restantes ofertas es inferior a tres, la nueva media se calculara sobre las tres ofertas de menor cuantía.
- En cualquier caso, se considerara desproporcionada la baja superior a 15 unidades porcentuales al **importe global de referencia**.

2. Si la valoración relativa a los criterios evaluables (excepto la propuesta económica) es igual o superior a 30, se considerara anormalmente baja si cumple ademas alguna de las siguientes condiciones:

2.1. Si concurre una sola persona licitadora cuya proposición cumpla la citada condición, cuando la oferta sea inferior al **importe global de referencia** en mas de 10 unidades porcentuales.

2.2. Si concurre mas de una persona licitadora que cumplan la citada condición:

- Cuando concurran dos personas licitadoras, la que sea inferior en mas de 20 unidades porcentuales a la otra oferta.
- Cuando concurran tres personas licitadoras, las que sean inferiores en mas de 10 unidades porcentuales a la media aritmética de las ofertas presentadas. No obstante, se excluirá para el computo de dicha media la oferta de cuantía mas elevada cuando sea superior en mas de 10 unidades porcentuales a dicha media.
- Cuando concurran cuatro o mas personas licitadoras, las que sean inferiores en mas de 10 unidades porcentuales a la media aritmética de las ofertas presentadas. No obstante, si entre

MANUEL MUÑOZ SANCHEZ		12/05/2026 08:17:35	PÁGINA: 14 / 17
VERIFICACIÓN	NJyGw9871616q4m668QHKb0IxRvmg0	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

ellas existen ofertas que sean superiores a dicha media en mas de 10 unidades porcentuales, se procederá al calculo de una nueva media solo con las ofertas que no se encuentren en el supuesto indicado. En todo caso, si el numero de las restantes ofertas es inferior a tres, la nueva media se calculara sobre las tres ofertas de menor cuantía

- En cualquier caso, se considerara desproporcionada la baja superior a 10 unidades porcentuales al **importe global de referencia**.

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, aquélla 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.

11.- CONDICIONES ESPECIALES DE EJECUCIÓN DEL CONTRATO de carácter social, ético, medioambiental o de otro orden

La mitigación y lucha contra los efectos del cambio climático, en alineación con los planes que la Junta de Andalucía viene desarrollando, han sido elevados al máximo rango jurídico en la Ley 8/2018, de 8 de octubre, de medidas frente al cambio climático y para la transición hacia un nuevo modelo energético en Andalucía. En esta labor resulta imprescindible la concienciación y participación ciudadanas. Por ello, las acciones de comunicación institucional y las campañas informativas y divulgativas de la Consejería que constituyen el objeto del presente contrato son un instrumento idóneo para la divulgación entre la ciudadanía de esos objetivos y planes. Con el fin de contribuir a ello, cualquier documento asociado a la ejecución del pliego debe ser suministrado por medios electrónicos para fomentar el ahorro de papel, así como cualquier entregable relativo a los trabajos.

El cumplimiento de esta condición especial de ejecución habrá de ser acreditado suficientemente por la persona responsable del contrato con carácter previo a la tramitación del pago de cada factura mediante la presentación electrónica del correspondiente certificado, en el que se incluirá necesariamente una relación de los documentos electrónicos suministrados por el contratista y el ahorro en papel que ha supuesto (número de hojas, con su formato, u otro criterio, peso, por ejemplo).

Medidas adicionales sobre igualdad de genero.

En la ejecución, en base a la guía para la inclusión de cláusulas para la igualdad de género en los contratos, las subvenciones y los convenios públicos, editada por el Instituto de las Mujeres del Ministerio de Igualdad el 31 de marzo de 2023; se incluye como medida adicional sobre igualdad de género la siguiente:

En toda la documentación, publicidad, imagen o material que se genere con motivo de la ejecución del contrato, se deberá emplear un uso inclusivo y no sexista del lenguaje y las imágenes, evitando cualquier imagen discriminatoria de las mujeres o estereotipos sexistas, y fomentar una imagen con valores de igualdad, presencia equilibrada, diversidad, corresponsabilidad y pluralidad de roles e identidades de género.

De forma previa al uso de las piezas creativas estas serán revisadas por parte del responsable del contrato para comprobar que no se usan estereotipos sexistas en las mismas.

MANUEL MUÑOZ SANCHEZ		12/05/2026 08:17:35	PÁGINA: 15 / 17
VERIFICACIÓN	NJyGw9871616q4m668QHKb0IxRvmg0	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

12.- PENALIDADES

Penalizaciones por retraso en la entrega

Se establecen penalidades por demora en la ejecución parcial o total del plazo de ejecución, distintas de las establecidas en el primer párrafo del artículo 193.3 de la LCSP, definiéndose, en el caso de incumplimiento de los plazos establecidos en el apartado 3.2 del Pliego de Prescripciones Técnicas (PPT) para cada fase, las siguientes penalizaciones:

Penalización por retraso: 1% del importe correspondiente a cada fase retrasada por cada día laborable de retraso, calculado sobre el importe abonado o facturable de dicho hito.

Cálculo de la penalización

- El porcentaje se aplicará sobre el importe económico asignado específicamente a la fase en la que se produce el retraso.
- El cómputo del retraso comenzará al día laborable siguiente al vencimiento del plazo máximo establecido.
- Las penalizaciones se calcularán y aplicarán de forma independiente para cada fase.
- El importe total de las penalizaciones por retraso no podrá superar el 20% del importe total del contrato para cada campaña.

Causas de exención

No se aplicarán penalizaciones cuando el retraso sea debido a:

- Modificaciones sustanciales solicitadas por el responsable del contrato durante la ejecución de una fase ya iniciada.
- Causas de fuerza mayor debidamente acreditadas.
- Retrasos en el suministro de información, materiales o autorizaciones necesarias que sean responsabilidad del órgano de contratación.

Penalidades por cumplimiento defectuoso.

El 15% del presupuesto total de la campaña definitiva aprobada por la persona responsable del contrato, para una campaña de publicidad institucional determinada, cuando por causas imputables al contratista los soportes publiciten una creatividad distinta a la especificada para esa campaña (entendiéndose tal cumplimiento defectuoso cuando el mismo afecte hasta al 15% de los soportes en ese plan de medios).

El 30% del presupuesto total de la campaña definitiva aprobada por la persona responsable del contrato, para una campaña de publicidad institucional determinada, cuando por causas imputables al contratista los soportes publiciten una creatividad distinta a la especificada para esa campaña (entendiéndose tal cumplimiento defectuoso cuando el mismo afecte hasta al 25% de los soportes .

MANUEL MUÑOZ SANCHEZ		12/05/2026 08:17:35	PÁGINA: 16 / 17
VERIFICACIÓN	NJyGw9871616q4m668QHKb0IxRvmg0	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

13.- RÉGIMEN DE ABONO DEL PRECIO

La empresa adjudicataria tendrá derecho al abono del precio mediante **pagos parciales de carácter mensual** por los trabajos efectivamente realizados y debidamente conformados por el responsable del contrato. Al finalizar cada mes natural, la empresa adjudicataria presentará al responsable del contrato una **relación valorada de los trabajos ejecutados** durante dicho período.

El pago de la Administración se realizará al contratista contra factura, a expedir de acuerdo con la normativa vigente, debidamente conformada por el responsable del contrato. El lugar de presentación de la factura: en el Punto General de Entrada de Facturas Electrónicas de la Comunidad Autónoma de Andalucía): https://juntadeandalucia.e-factura.net/puef/home.htm

Oficina Contable: Código DIR3: A01004456 - INTERVENCIÓN GENERAL DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA.
Órgano Gestor: Código DIR3: A01041532 – SECRETARÍA GENERAL TÉCNICA
Unidad Tramitadora: Código DIR3: A01041532 – SECRETARÍA GENERAL TÉCNICA

14.- OTRAS CARACTERÍSTICAS DE LA EJECUCIÓN DEL CONTRATO.

El plazo de garantía será de **3 meses**, contados desde la fecha de conformidad del responsable del contrato con los últimos trabajos realizados.

Durante el plazo de garantía, la empresa adjudicataria se compromete a:

- Corregir cualquier error, defecto o incidencia técnica que se detecte en los trabajos entregados
- Realizar los ajustes necesarios para asegurar la correcta utilización de las piezas creativas
- Proporcionar asistencia técnica relacionada con los archivos y materiales entregados
- Subsanar cualquier deficiencia de calidad o incumplimiento de especificaciones técnicas

De conformidad al artículo 107.3 de la Ley de Contratos del Sector Público, al formularse el precio del contrato en función de precios unitarios, el importe de la garantía a constituir se fijará atendiendo al presupuesto base de licitación, IVA excluido. 5% del presupuesto base de licitación (excluido el IVA).

- **Confidencialidad:**

Información a la que se le atribuye carácter confidencial:
Datos e informaciones de los que tenga conocimiento durante la ejecución del contrato, en particular, las instrucciones dadas por la dirección del contrato para la realización del trabajo. Datos o informaciones proporcionados por la Consejería para cualquier uso no previsto en los pliegos; en particular, copia expresa de los documentos elaborados, o datos a terceras personas.

- **Plazo durante el que la persona contratista deberá mantener el deber de confidencialidad**: 5 años.

El Jefe del Servicio de Comunicación, Documentación y Publicaciones

Manuel Muñoz Sánchez

MANUEL MUÑOZ SANCHEZ		12/05/2026 08:17:35	PÁGINA: 17 / 17
VERIFICACIÓN	NJyGw9871616q4m668QHKb0IxRvmg0	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	