

LICITACIONES PÚBLICAS

1. Marco Normativo.
2. Búsqueda y selección de licitaciones.
 - a. Búsqueda de convocatorias.
 - b. Viabilidad. Toma de decisiones.
3. La oferta económica
 - a. Caso práctico: Agencia Digital de Andalucía
4. Cuestiones puntuales
 - a. Sesiones informativas
 - b. Bajas temerarias
 - c. Recurso especial en materia de contratación.
 - d. Ganar o perder con la documentación administrativa.
 - e. Del dicho al hecho

Marco Normativo

01

La [Directiva 2014/24/UE](#) sobre contratación pública, adoptada por el Parlamento Europeo y el Consejo el 26 de febrero de 2014, establece el marco normativo para los procedimientos de contratación pública en los Estados miembros de la Unión Europea.

Transparencia y acceso igualitario →

- Garantizar la igualdad de trato para todas las empresas en los procesos de contratación pública dentro de la Unión Europea.
- Establece normas claras para la publicidad de las licitaciones y fomenta el uso de **medios electrónicos**.

Simplificación de procedimientos →

- Introduce procedimientos más ágiles, para abordar proyectos complejos.
- Promueve la **reducción de cargas administrativas**, facilitando el acceso, especialmente para las pequeñas y medianas empresas (pymes).

Criterios de adjudicación avanzados →

- Reemplaza el enfoque centrado únicamente en el precio
- Valora aspectos como calidad, innovación, sostenibilidad y costes del ciclo de vida de los productos o servicios.

Fomento de la sostenibilidad y la innovación → Incentiva el uso de la contratación pública como herramienta para promover políticas medioambientales, sociales y de innovación tecnológica.

Lucha contra la corrupción y conflictos de interés → Refuerza las medidas para prevenir el fraude.

Búsqueda y selección de licitaciones

02

Busquemos
convocatorias
interesantes

Busquemos
convocatorias
interesantes

Práctica 1: Búsqueda convocatorias de interés.

- Por CPV: 79340000
- Estado: Publicada

PLATAFORMA DE
CONTRATACION
DEL SECTOR PÚBLICO

Práctica 2: Análisis de convocatoria

Expediente: 2024/D81000/006-302/00008

ENTIDADES LOCALES>Andalucía>Almería>Diputación Provincial de Almería

ID de publicación en TED		
Órgano de Contratación	Junta de Gobierno de la Diputación Provincial de Almería	
ID del Órgano de Contratación	30984400142200	
Estado de la Licitación	Publicada	
Objeto del contrato	Contratación de la campaña de promoción de la marca Sabores Almería, en ferias nacionales e internacionales que se celebren en 2025.	
Financiación UE	No hay financiación con fondos de la UE	
Presupuesto base de licitación sin impuestos	150.000,00 Euros	
Valor estimado del contrato:	150.000,00 Euros	
Tipo de Contrato:	Servicios	
Código CPV	79341400-Servicios de campañas de publicidad.	
Lugar de Ejecución	España - Almería	

Práctica 2: ¿Nos interesa la propuesta? +INFO:

1. Objeto del contrato
2. Órgano de contratación
3. Presupuesto base de licitación sin impuestos
4. VALOR total ESTIMADO DEL CONTRATO
5. Fecha fin de presentación de oferta
6. OBJETO DEL CONCURSO: explica de forma resumida los principales servicios a desarrollar en caso de ser los adjudicatarios de la licitación.
7. Plazo de ejecución
8. Solvencia económica: refleja el importe de solvencia económica solicitado para poder optar a la adjudicación.
9. SOLVENCIA TÉCNICA: refleja el importe de trabajos relacionados con el objeto del contrato de los últimos años que hay que acreditar. Incluye todo aquello que se añada como requisito de solvencia técnica, como por ejemplo equipo de profesionales, titulaciones, experiencias, certificados, y cualquier otro aspecto relevante.
10. Especifica qué tiene que incluir la oferta técnica. Señala si se indica alguna limitación sobre el número total de páginas de la propuesta o el formato.
11. Especifica de forma detallada los criterios de valoración y la puntuación máxima correspondiente con cada criterio.
12. Añade el enlace al perfil del contratante de la convocatoria.
13. Añade las observaciones que consideres oportunas.

Práctica 2: ¿Nos interesa la propuesta? +INFO:



[Info Convocatoria](#)

Práctica 2: ¿Nos interesa la propuesta?:



¡Y decidimos!

Número de expediente :	CONTR 2023 0001216661
Objeto del contrato:	CREATIVIDAD, DISEÑO Y PRODUCCIÓN DE LA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN GUSTO SUR
Órgano de contratación:	Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural. Secretaría General Técnica
Clasificación CPV :	79340000-9 Servicios de publicidad y de marketing
	79341000-6 Servicios de publicidad
	79341200-8 Servicios de gestión publicitaria
	79341400-0 Servicios de campañas de publicidad
	79415200-8 Servicios de consultoría en diseño
Número de expediente :	CONTR 2022 0000934219
Objeto del contrato:	SERVICIO DE APOYO A LA COMUNICACIÓN
Órgano de contratación:	Agencia Digital de Andalucía
Clasificación CPV :	79340000-9 Servicios de publicidad y de marketing
	79342200-5 Servicios de promoción
	79822500-7 Servicios de diseño gráfico
	92400000-5 Servicios de agencias de noticia
Número de expediente :	24/ANT/18291
Objeto del contrato:	Planificación estratégica de la comunicación externa de la Universidad de Sevilla.
Órgano de contratación:	Universidad de Sevilla
Clasificación CPV :	79341100-Servicios de consultoría en publicidad.,
	79341200-Servicios de gestión publicitaria.,
	79341400-Servicios de campañas de publicidad.

La oferta económica

03

Caso práctico: Agencia Digital de Andalucía

Servicio de Apoyo a la Comunicación. Lote VI.

Criterios de Valoración:

- Criterios de adjudicación ponderables en función de un juicio de valor (De 0 a 30 puntos).
- Criterios de adjudicación valorados mediante la aplicación de fórmulas (De 0 a 70 puntos)
 1. Proposición económica (De 0 a 43 puntos):
 2. Mejoras sobre el acuerdo de nivel de servicio (De 0 a 5 puntos).
 3. Propuesta de mejora. Reducción del porcentaje de gastos de gestión en la adquisición/alquiler de recursos a cargo de la bolsa de horas de producción. (De 0 a 2 puntos)
 4. Propuesta de mejora. Especialización equipo de trabajo. (hasta 20 puntos)



[Plantilla para preparar propuesta](#)

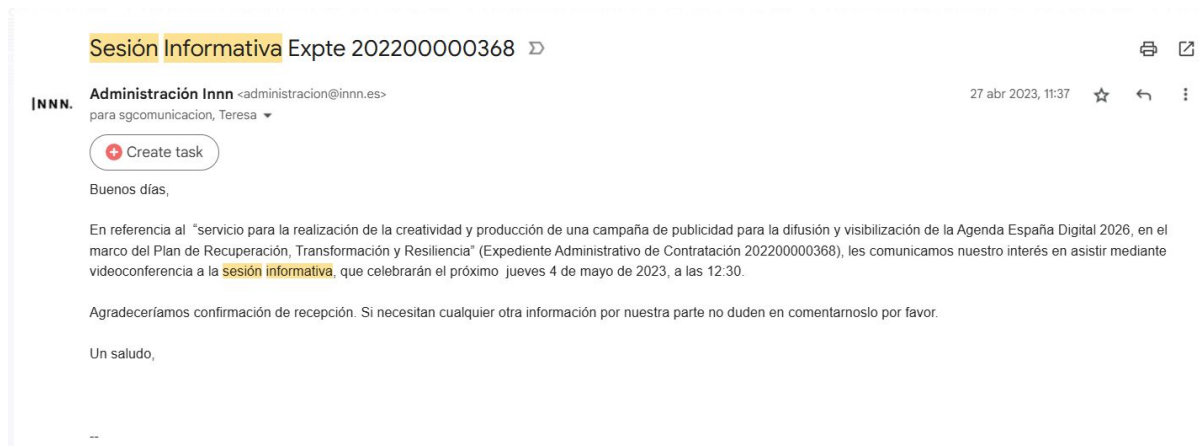
(Antes elige un numero del 1 al 11)

Cuestiones puntuales

04

Anecdóticas y otras cosas

→ Sesiones informativas
Ejemplo: [aquí](#) y [aquí](#)



→ Baja temeraria

Parámetros objetivos para considerar una oferta anormalmente baja³⁰:

Se considerará que la oferta presentada es anormalmente baja cuando se cumplan alguna de las siguientes condiciones:

- 1.- Si la puntuación obtenida por la oferta presentada, al ser valorados los criterios de adjudicación establecidos en función de juicios de valor y las mejoras (máximo 51,5 puntos), supera los 40 puntos y la oferta económica presentada es inferior en más de 20 puntos porcentuales respecto al porcentaje que representa la oferta media, calculada en base a las ofertas económicas admitidas a la licitación.
- 2.- Si la puntuación obtenida por la oferta presentada, al ser valorados los criterios de adjudicación establecidos en función de juicios de valor y las mejoras (máximo 51,5 puntos), se encuentra entre 30 y 40 puntos (ambos incluidos) y la oferta económica presentada es inferior en más de 25 puntos porcentuales respecto al porcentaje que representa la oferta media, calculada en base a las ofertas económicas admitidas a la licitación.
- 3.- Si la puntuación obtenida por la oferta presentada, al ser valorados los criterios de adjudicación establecidos en función de juicios de valor y las mejoras (máximo 51,5 puntos), es inferior a 30 puntos y la oferta económica presentada es inferior en más de 30 puntos porcentuales respecto al porcentaje que representa la oferta media, calculada en base a las ofertas económicas admitidas a la licitación.

- Recurso Especial en materia de Contratación
- Justificación baja temeraria
- Ganar o perder con la documentación administrativa
- Del dicho al hecho

Dudas y conclusiones



SAVE THE DATE
29.11.2024 09;00 H. / ONLINE

En directo: vie. - 9:00

APRENDAY

29.11.2024 9.00 H / LINKEDIN

DE LA IDEA AL IMPACTO: INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD PARA CAMPAÑAS DIGITALES EFECTIVAS

UN DEBATE CON CREATIVOS Y PLANNERS DE LA PUBLICIDAD

| INN.

Participan:

Anabel González, EMEA
Programmatic Lead en HP.

Teresa Suárez Martín,
Consultora de Marketing y
Comunicación.

Martí Ibarz, Head of Data &
Analytics en Fuego Camina
Connigo.

Sandra Sánchez, Digital
Planner en INNN

Modera: David Acosta 💡, CEO
de INNN.

¡Gracias!

|NNN.

hola@innn.es

innn.es

Queda prohibido el uso de cualquier Derecho Patrimonial de la presente Obra, por ello quedan todos los derechos reservados para todos los países, de todos los textos, así como todas las ilustraciones, fotografías y documentos presentados en este documento/Site. Los textos, ilustraciones, fotografías y documentos son propiedad de sus respectivos autores. Cualquier uso para cualquier propósito, textos, documentos, fotografías e información presentada, incluso si es sólo para el uso de una parte o fragmento de esta información no se puede hacer con la previa autorización por escrito del representante legal de INNN 360 S.L. de los documentos en cuestión y del propietario del copyright o cualquier otra persona debidamente autorizada a tal efecto. En todos los casos, es necesario citar la fuente y el autor de los documentos.

INNN en Sevilla

Avenida Luis de Morales, 32, Módulo,
44-46, Edificio Fórum planta 1, 41018
Sevilla 955 15 64 65

INNN en Málaga

Innovation Campus Málaga Terrace
Calle Puerto, 14, 29016
Málaga 955 15 64 65