ACLARACIONES RELACIONADAS CON LA LICITACIÓN DEL "CONTRATO DE SERVICIOS PARA LA EXPLOTACIÓN DE LA ACTIVIDAD PUBLICITARIA Y PROMOCIONAL EN LAS INSTALACIONES DEL METROPOLITANO DE GRANADA". Expediente: T-MG7124/CAT0

Fecha de actualización	*11 de enero de 2021*
CONSULTA	**OBSERVACIONES**
<u>Consulta 1: Proposición económica</u> Rogamos nos confirmen que apartados del Anexo IX: SOBRE 3.-MODELO DE PROPOSICIÓN ECONÓMICA deben ser cumplimentados por los licitadores. Entendemos que sólo debe indicarse el porcentaje de canon variable de la FASE 0 y el porcentaje del canon variable de la FASE 1. ¿Es correcta nuestra interpretación? En caso positivo, rogamos nos indiquen como ponderan cada una de las fases a la hora de puntuar las propuestas económicas. Por otro lado, al indicar en la propuesta económica solamente los porcentajes de variable, no es posible determinar el importe del IVA tal y como indica el propio modelo. Rogamos modifiquen el modelo de proposición económica (Anexo IX) retirando la frase siguiente: *"En la proposición económica deberá indicarse, como partida independiente, el importe del Impuesto sobre el Valor Añadido que deba ser repercutido."*	Se han realizado correcciones en el anexo para simplificar y aclarar sus dudas, tanto el Canon de la Fase 0 como la Estimación de los ingresos de ventas se solicitan a objeto de transparencia siendo sólo evaluable mediante fórmula el porcentaje de canon variable ofrecido en la Fase 1 (excluyendo los 120.000 Euros de canon mínimo anual garantizado)
<u>Consulta 2: Anexo X</u> Después de analizar el ANEXO X y la formula expuesta para determinar la mejor oferta económica, no estamos seguros de cómo se determina el Presupuesto de la oferta (Pi). Entendemos que para determinar el Presupuesto de la oferta es necesario aplicar el canon variable indicado por cada Licitador en su propuesta económica a su estimación de ventas incluidos en el SOBRE 2. (Estimación de ventas/ingresos que se deben incluir en el apartado A.2 tal y como lo exige el ANEXO VII del Pliego de cláusulas administrativas particulares). ¿Es correcta nuestra interpretación? Por otro lado, y salvo error por nuestra parte parece que la fórmula: *PEi = 100-100x [(Pi – Pmin) /(PBL-Pmin)]^K* fue elaborada para una oferta de suministro a la baja, ya que hace referencia a precios mínimos.	Se han realizado correcciones en el anexo la fórmula a aplicar sería: $PE_i = 100 \times \frac{P_i}{P_{máx}}$ Siendo, $PE_i \equiv$ *Puntuación económica de la oferta i* $P_i \equiv$ *porcentaje ofrecido por la oferta i como Canon Variable* $P_{máx} \equiv$ *porcentaje más elevado de todas las ofertas en el Canon Variable*

Dicha fórmula y su aplicación no permite comparar los porcentajes ofertados por los licitadores en sus proposiciones económicas por lo que rogamos se modifique esta fórmula para que permita determinar con claridad la mejor oferta económica	
<u>Consulta 3: Información sobre económico</u> El ANEXO Nº 2.- PRESUPUESTO del Pliego de prescripciones técnicas particulares indica que la propuesta económica deberá incluir la información siguiente: 1. Estimación anual. 2. Cuadro de tarifas previstas para las actividades indicadas en el Plan General Propuesto. 3. Plan de Inversión. 4. Propuesta de seguimiento de ingresos obtenidos. Pero esta misma información, debe incluirse en el sobre 2 de acuerdo con el ANEXO VII del PCAP y el apartado 4 del Pliego de prescripciones técnicas particulares. Entendemos que la información relativa a las previsiones de ingresos que sirven para determinar la mejor oferta económica debería estar integrada en el sobre nº 3: Documentación relativa a los criterios de adjudicación valorados mediante la aplicación de fórmulas, y todo el resto de las cuestiones en el Sobre nº 2. ¿Es correcta nuestra interpretación?	Incorporamos mediante correcciones la Estimación de ingresos (las 4 anualidades de fase 1 más prórroga) en el modelo de propuesta económica
<u>Consulta 4: Definición ingresos</u> El Pliego de cláusulas administrativas particulares en su ANEXO I. CARACTERÍSTICAS DEL CONTRATO indica que en la FASE 0 "el licitador sólo debe desglosar un canon variable respecto a los ingresos obtenidos por exhibición en las campañas contratadas para Metro de Granada" Entendemos que para determinar el canon variable de la Fase 1 se asumirá el mismo criterio. ¿Es correcta nuestra interpretación? Por otro lado, cuando se refieren a "los ingresos obtenidos" entendemos que a la hora de liquidar el canon variable anual se tendrá en consideración únicamente los ingresos netos descontando los costes inherentes a la gestión de este tipo de contratos: comisiones de agencia, descuentos, bonificaciones, rappels, producción, fijación etc... ¿Es correcta nuestra interpretación?	Los importes de ventas y el canon se refieren siempre a importes de exhibición de las campañas contratadas.

Consulta 5: Garantía definitiva El Pliego de cláusulas administrativas particulares en su ANEXO I. CARACTERÍSTICAS DEL CONTRATO apartado 7. GARANTÍAS indica que el importe de la garantía definitiva será el 5% del precio final ofertado. Pero al fundamentar la mejor oferta en un % de canon variable, rogamos nos indiquen como se determinará el importe final de la garantía definitiva. ¿Cómo se determinará el precio final ofertado?	El importe de la estimación de ventas sobre la que el licitador va a aplicar el canon variable ese importe será como el presupuesto final ofertado y sobre el que se calcula la garantía. El importe debe ir totalizado (las 4 anualidades de fase 1 más prórroga).
Consulta 6: Subcontratación El ANEXO I. CARACTERÍSTICAS DEL CONTRATO apartado 10. SUBCONTRATACIÓN del Pliego de cláusulas administrativas particulares, indica que el licitador no tiene obligación de cumplimentar la Sección D: Información relativa a los subcontratistas en cuya capacidad no se basa el operador económico de la parte II del DEUC. Sin embargo, en el primer párrafo de la página 38 dentro del mismo apartado, aparece que la persona licitadora deberá indicar la parte del contrato que tenga previsto subcontratar, señalando su importe y el nombre o perfil empresarial de las personas subcontratistas que se vaya a encomendar su realización. Entendemos que esta información, la deberá aportar el Adjudicatario antes de empezar a realizar la actividad. ¿Es correcta nuestra interpretación	No, se debe aportar al licitar
Consulta 7: Duración del contrato Tras la lectura de los pliegos, nos surgen dudas sobre la duración total del contrato. ¿Si la Fase 0 dura sólo 6 meses es correcto entender que la duración del contrato será de cuatro años y seis meses más una posible prórroga de 12 meses? ¿O bien, la duración del contrato será de 6 años más la posible prórroga y el paso de la FASE 0 a la FASE 1 sólo tiene como consecuencia la activación del canon fijo?	La duración del contrato se compone de una fase atemporal acotada en máximos (24 meses) siempre que no se rebase el máximo del 60% de viajeros de 2019, más la fase 1 (4 años) y una prórroga de un año. ES decir, si la fase 0 dura 6 meses será de 4 años + seis meses y una prórroga de un año (5 años + seis meses)
Consulta 8: Antelación comunicación campañas *Según el apartado 2. Descripción General del Trabajo del Pliego de prescripciones técnicas particulares: "Cada campaña debe comunicarse al menos con 15 días de antelación".*	Responde a la necesidad marcada por el Comité de intervalos de Metro de Granada, en la práctica se intentará tramitar con la mayor celeridad,

Debido a nuestra experiencia, entendemos que es un plazo demasiado exigente teniendo en cuenta la dinámica del mercado publicitario que, con la erupción de la publicidad digital, los Anunciantes y Grandes Agencias de Medios están trabajando cada vez más en entornos donde la inmediatez y la agilidad priman a la hora de planificar sus campañas. *En un entorno económico cada vez más competitivo, la responsabilidad del operador de Publicidad es captar la máxima inversión publicitaria posible con el fin de generar los mayores ingresos para el METROPOLITANO DE GRANADA. Eso implica flexibilidad, rapidez y ajustarse en la medida de lo posible a las necesidades de los clientes.* *Rogamos por lo tanto que se considere reducir este plazo a 7 días.*	pero no podemos garantizar como protocolo un plazo inferior al marcado en el pliego.
<u>Consulta 9: Zonas comerciales</u> Según el apartado 3.1. PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS, del Pliego de prescripciones técnicas particulares, el adjudicatario deberá realizar la: *Gestión de zonas comerciales, en particular* • *Stands efímeros o permanentes* • *Otros* ¿A qué se refieren con estas zonas comerciales?	En caso de que se desarrollen actividades comerciales efímeras (stands u otro dispositivo para campañas de sampling o de fidelización o captación de clientes) los adjudicatarios se encargan del mantenimiento, limpieza y seguridad de estas instalaciones sin que interfieran en el buen funcionamiento del servicio de Metro de Granada.
<u>Consulta 10: Anexo XII</u> Aparece en el Pliego de cláusulas administrativas particulares el Anexo XII, Certificación de no estar incursa en incompatibilidad para contratar. Pero no se menciona en ningún momento como documento a aportar en el punto "8.2.1 Sobre n°1 Documentación acreditativa de los requisitos previos", ni en el punto "9.7. Documentación previa a la adjudicación." ¿Es preciso aportar dicho anexo en el sobre n°1 Documentación acreditativa de los requisitos previos?	No es preciso aportarlo
El Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares, Anexo I Características del contrato, cláusula 5. Procedimiento de adjudicación y tramitación del expediente, indica que: ***"Posibilidad de variantes:*** *No (sólo cuando se tengan en cuenta criterios distintos del precio).* ***En caso afirmativo, indicar:*** *(deben expresarse los requisitos límites, modalidades y*	*Las únicas variantes admitidas son las referidas al tipo de soporte ofrecido en su Plan General Propuesto.* *El precio final ofertado es el presupuesto total de*

características de las mismas, así como su necesaria vinculación con el objeto del contrato)" Esta cláusula establece que no hay posibilidad de variantes, pero al mismo tiempo, entre paréntesis indica que *"sólo cuando se tengan en cuenta criterios distintos del precio".* La redacción genera dudas ya que, en este expediente, sí se tienen en cuenta criterios distintos del precio. No obstante, entendemos que NO se establece posibilidad de variantes. ¿Es correcta nuestra interpretación? También, este mismo *Anexo I Características del contrato, cláusula 7. Garantías,* indica que: *"**Garantía definitiva:** Sí* *En caso afirmativo: 5 % del precio final ofertado (excluido el IVA)."* Entendemos que el "precio final ofertado" corresponde al canon total anual de la FASE 1 (1 sólo año). ¿Es correcta nuestra interpretación?	*estimación de ingresos del Anexo VIII*
El Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares, cláusula 8.2. Forma de presentación, indica que: *"En cada uno de los sobres figurará externamente el nombre de la persona licitadora y, en su caso, de la persona representante, domicilio social, teléfono, correo electrónico y fax a efectos de comunicaciones, así como el número del expediente y la denominación del contrato al que licitan, así como en el caso de que se trate de un expediente con lotes, a los lotes a los que licita. [...]"* "**Toda la documentación deberá presentarse, obligatoriamente, tanto en papel como en soporte digital, en un único fichero en formato pdf, junto con una declaración de que la documentación en formato papel y digital es idéntica."** *"En el interior de cada sobre se hará constar en hoja independiente su contenido siguiendo la numeración que se especifica en las cláusulas 9.2.1, 9.2.2. y 9.2.3."* Sin embargo, en el Anuncio de Licitación del expediente, publicado el 1 de diciembre en la Plataforma de Contratación de la Junta de Andalucía, se indica que la presentación de la oferta o solicitudes es electrónica. Entendemos que lo indicado en la cláusula 8.2 relativo a la presentación física y/o en papel es un error, y, por lo tanto, no se deberán entregar 3 sobres físicos ni se deberá presentar la oferta en formato papel ni en soporte digital en un único fichero en formato pdf o USB, sino que únicamente se deberá presentar	*Se ha corregido en la Plataforma de Contratación, ya que, como indica el PCAP, la presentación es física, (en papel y formato digital)*

la oferta de manera telemática, a través del Sistema integral de contratación electrónica (SiREC), siguiendo las indicaciones e instrucciones que el Sistema solicite. Asimismo, entendemos que, la hoja independiente con el contenido de cada sobre que se solicita, no se subirá a la plataforma ya que, como pueden ver en la imagen de abajo para el sobre nº 1, e igualmente ocurre para el sobre nº2 y nº3, los documentos requeridos que se deben aportar se encuentran predeterminados y la hoja independiente no aparece en ninguno de los sobres. ¿Es correcta nuestra interpretación? En la negativa, rogamos que nos indiquen cómo proceder para subir la hoja independiente a la plataforma en cada sobre. En relación también con la hoja independiente, para el caso que se requiriera aportarla, entendemos que en vez de "siguiendo la numeración que se especifica en las cláusulas 9.2.1, 9.2.2. y 9.2.3.", quieren decir "siguiendo la numeración que se especifica en las cláusulas 8.2.1, 8.2.2 y 8.2.3. ¿Es correcta nuestra interpretación?	
El Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares, cláusula 8.2. Forma de presentación, indica que: *"Las circunstancias relativas a la capacidad, solvencia y ausencia de prohibiciones de contratar a las que se refieren los apartados anteriores, deberán concurrir en la fecha final de presentación de ofertas y subsistir en el momento de perfección del contrato."*	*Es correcto. El bastanteo solo debe aportarlo el licitador seleccionado, previamente a la adjudicación del contrato*

El Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares, cláusula 9.7. Documentación previa a la adjudicación, indica que: ***"b. Documentos acreditativos de la representación.*** *Las personas que comparezcan o firmen proposiciones en nombre de otra presentarán poder de representación.* *El citado poder será bastanteado por el Gabinete Jurídico de la Junta de Andalucía en el caso de que le corresponda a este Centro Directivo el asesoramiento jurídico del órgano de contratación respectivo, o por la Asesoría Jurídica de éste que le corresponda, lo que se indicará en el anexo I."* Entendemos que, el bastanteado del Poder de representación, sólo será solicitado al licitador que resulte adjudicatario, y que, para que las circunstancias de representación *"concurran en la fecha final de presentación de ofertas"*, bastará con que la fecha del apoderamiento sea previa a la fecha final de presentación de ofertas. Por lo tanto, el bastanteado únicamente se realizará como trámite para la presentación de la documentación previa a la adjudicación. ¿Es correcta nuestra interpretación?	
El Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares, cláusula 18. Cobro del canon, indica que: *"Las actuales circunstancias del mercado como consecuencia del COVID-19 y sus efectos en la actividad económica, y particularmente en el sector de publicidad en exterior mediante mobiliario urbano han aconsejado a establecer dos fases diferenciadas en la ejecución del presente contrato, con una primera etapa llamada Fase 0 donde ante la incertidumbre provocada por el descenso de demanda en los usuarios de transporte púbico se realizará un período transición en que los importes a abonar quedarán ligados a la ocupación media de usuarios del metro. De esta forma* ***si el porcentaje de ocupación de usuarios es menor al 60% sólo se aplicará un canon variable, quedando el adjudicatario exento del abono del canon fijo anual y las inversiones en nuevos soportes se acordará en unos mínimos con la AOPJA****. Esta Fase 0 tendrá una duración máxima de dos años (24 meses) y no está contemplada en el precio*	La duración del contrato se compone de una fase atemporal llamada FASE 0 acotada en máximos (24 meses) siempre que no se rebase el máximo del 60% de viajeros de 2019, más la fase 1 (4 años) y una prórroga de un año. ES decir, si la fase 0 dura 6 meses será de 4 años + seis meses y una prórroga de un año (5 años + seis meses) *El porcentaje de ocupación se refiere al total de viajeros mensuales establecidos durante 2019, es decir, se evalúa mensualmente y se realizará el ajuste proporcional del canon a los meses en*

de licitación del presente contrato ya que oscilará según los ingresos publicitarios obtenidos por exhibición. Y una segunda parte, llamada Fase 1 con una duración de 4 años (48 meses) más una posible prórroga de 12 meses. [...]" Entendemos por tanto que, la FASE 0, en cualquier caso, tendrá una duración establecida de dos años (24 meses) desde la fecha de comienzo del contrato, y que, durante esos dos años, si el porcentaje de ocupación de usuarios es menor al 60%, sólo se aplicará un canon variable, quedando el adjudicatario exento del abono del canon fijo anual y las inversiones en nuevos soportes se acordará en unos mínimos con la AOPJA. Si, durante esos dos primeros años, el porcentaje de ocupación de usuarios es mayor al 60%, entendemos que se abonará el canon total anual indicado para la FASE 1, compuesto por el canon fijo anual garantizado y el canon variable anual, pero siempre manteniendo el plazo de 2 años de la FASE 0. ¿Es correcta nuestra interpretación? Asimismo, entendemos que cuando indican que *"si el porcentaje de ocupación de usuarios es menor al 60% sólo se aplicará un canon variable",* se refieren a que el porcentaje de ocupación de usuarios sea menor al 60% del total de 11,7 millones de viajeros contabilizados en el año 2019. ¿Es correcta nuestra interpretación? Además, esta misma *cláusula 18. Cobro del canon, indica que:* *"Este canon total anual debe componerse de estos dos parámetros:* *- Un canon fijo anual garantizado, que ascenderá a 120.000 € y que será actualizable anualmente de conformidad a la variación del IPC (Índice de Precios al Consumo) publicado por el INE (Instituto Nacional de Estadística) u organismo que lo sustituya. [...]"* Sin embargo, el *Anexo I Características del contrato*, del *Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares,* indica que: *"**Revisión de precios:** No* *Fórmula:"*	*los que sólo se haya cumplido ese objetivo.* *No se realizará revisión de precios.*

Debido a la contradicción de estas dos informaciones, rogamos que nos confirmen si el contrato está sujeto o no, a revisión de precios.	
El *Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares*, *Anexo X Criterios de adjudicación y baremos de valoración,* indica que la oferta económica se valorará con un máximo de 100 puntos, conforme a la siguiente fórmula: $$PE_i = 100 - 100 \times \left(\frac{P_i - P_{min}}{PBL - P_{min}}\right)^k$$ *Donde:* *PEi = Puntuación económica de la oferta i* *Pi = Presupuesto de la oferta i* *Pmin = Presupuesto de la oferta más económica* *PBL = En este caso se toma como presupuesto base de licitación el canon anual 120.000)* *k = 1,00* Dado que se supone que debe otorgarse mayor puntuación a la oferta más alta, entendemos que, cuando se indica que "Pmin" es igual al "Presupuesto de la oferta más económica", se refiere a que "Pmin" es igual a la oferta que ofrezca mayor cuantía de canon. ¿Es correcta nuestra interpretación? Por otro lado, si PBL, es el canon anual de la licitación, entonces Pi, ¿sería el canon anual de una oferta en concreto?	Se han realizado correcciones en el anexo la fórmula a aplicar sería: $$PE_i = 100 \times \frac{P_i}{P_{máx}}$$ Siendo, $PE_i \equiv$ *Puntuación económica de la oferta i* $P_i \equiv$ *porcentaje ofrecido por la oferta i como Canon V* $P_{máx} \equiv$ *porcentaje más elevado de todas las ofertas en*
El *Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares*, *Anexo IX Sobre 3.- Modelo de Proposición Económica*, indica que ***"FASE 0:*** *Especificar mediante porcentaje el canon variable a aplicar sobre los ingresos de exhibición y alquiler de mupis.*	*Se ha modificado este anexo especificando mejor el modelo a cumplimentar.*

FASE 1:

✓ ***Como canon total anual:*** *(Detallar el canon total anual en porcentaje) compuesto por*

- *Un canon fijo anual garantizado, que ascenderá a ciento veinte mil Euros 120.000 € IVA excluido.*
- *Un canon variable anual que se calculará mediante la diferencia entre el Canon Total Anual y el Canon Fijo anual garantizado.*

En cualquier caso, el Canon Total a percibir no será nunca inferior al Canon Fijo anual garantizado."

En relación con el canon variable, entendemos que la facturación de la totalidad de las campañas será neta, e incluirá los ingresos publicitarios finales recibidos y definitivamente ingresados por el adjudicatario una vez deducidos todos los descuentos (descuentos comerciales, rappel de fin de año por volumen, descuentos por pronto pago, etc.) que el adjudicatario haya tenido que realizar sobre su tarifa para su comercialización a agencias y/o anunciantes, todo tipo de comisiones pagadas por el adjudicatario a las agencias de publicidad, todo tipo de impuesto, tasa o derechos que resulten exigibles para la instalación de los elementos y/o con su explotación publicitaria así como los gastos técnicos de producción y/o instalación de las campañas publicitarias en los soportes.

¿Es correcta nuestra interpretación?

Asimismo, entendemos que se debe ofertar un canon total anual, a detallar como porcentaje sobre las ventas. Este canon total anual se compondrá de 120.000,00 € (Canon fijo anual garantizado) + Canon variable anual (diferencia entre el canon total anual y el canon fijo anual garantizado). A este respecto, les rogamos respuesta a las siguientes consultas:

Si como se indica, el canon total anual se debe ofertar como un porcentaje (%) sobre las ventas, entendemos que habría que tomar como base para esta oferta las ventas estimadas para el periodo 1 de la FASE 1.

¿Es correcta nuestra interpretación?

En la afirmativa, entendemos que para liquidar el canon variable en los siguientes años de la FASE 1 del contrato, así como en la prórroga, se aplicará siempre el mismo %, con independencia del volumen de

ventas obtenido en cada periodo. ¿Es correcta nuestra interpretación? En la negativa, y dado que el canon total anual se debe ofertar como un % sobre las ventas, ¿se deben tener en cuenta las ventas de los 4 años de la FASE 1, y ofertar el canon total anual como un % de las ventas promedio de esos cuatro años? Por otro lado, si el canon total anual se determina a partir de un % sobre las ventas, y este valor es el que se tendrá en consideración para otorgar los 100 Puntos de la oferta económica, podría darse el caso que un licitador que obtenga la mayor puntuación, finalmente, no pague más de los 120.000,00 € (Canon fijo anual garantizado), porque no se cumplan sus expectativas de venta. En este sentido, entendemos que se debería reformular la valoración de las ofertas económicas, así como el modelo de proposición económica.	
El *Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares*, *Anexo XVII Declaración sobre la promoción de la igualdad (1),* indica que: *"(1) Véase la cláusula 10.7.2 letra j) sobre algunos de los medios para acreditar las medidas destinadas a lograr la igualdad de oportunidades."* Entendemos que en vez de a la cláusula 10.7.2 letra j) se refieren a la cláusula 9.7.2 letra j). ¿Es correcta nuestra interpretación?	*Es correcta*
El *Pliego de Prescripciones Técnicas Particulares, cláusula 4. Presentación de ofertas, apartado A. Estrategia Comercial,* indica que: *"Las ubicaciones de los soportes publicitarios mupis de paradas en superficie queda definida en el documento que se adjunta en el Anexo I. Los mupis actualmente llevan un doble cerramiento por lo que sobre la medida inicial de 110 cm x 190 cm la creatividad idónea es la que conlleva una impresión en 105 cm x 180 cm. En las estaciones subterráneas correspondería a la empresa adjudicataria proponer el soporte de mobiliario urbano elegido para colocar publicidad, debiendo éste ser aprobado por la Agencia de Obra Pública previamente (tanto en número, como tamaño y ubicación) para ello se facilitan planos en el Anexo I. Se valorará positivamente la calidad de los soportes así como su carácter innovador, priorizando los soportes digitales sobre los mupis de cartelería."*	*El licitador en su Plan General puede proponer modificar o ampliar soportes incluyendo soportes digitales en paradas u otras ubicaciones del metro que serán evaluados en el apartado Estrategia comercial de la Evaluación Técnica (Tipología de soportes con 25 puntos)*

Entendemos que los mupis digitales, únicamente podrán ser instalados en las estaciones subterráneas y no en las paradas en superficie. ¿Es correcta nuestra interpretación? Asimismo, entendemos que, en ningún caso, se podrán instalar más mupis aparte de los 46 soportes ya instalados, ni de tipo digital ni de cartelería convencional, en las paradas en superficie. ¿Es correcta nuestra interpretación?	
El *Pliego de Prescripciones Técnicas Particulares, cláusula 2. Descripción General del Trabajo*, indica que: *"En relación con estas actividades, la Agencia de Obra Pública de la Junta de Andalucía recibirá petición expresa y detallada de las diferentes campañas. Cada campaña debe comunicarse al menos con 15 días de antelación al inicio previsto de la misma."* Consideramos que el plazo de 15 días de antelación para comunicar las diferentes campañas no se ajusta a la operativa habitual de comercialización del sector, por lo que entendemos que, el plazo de comunicación de al menos 15 días de antelación será únicamente para las acciones de marketing espectacular, y no para las campañas a exhibir en soporte digital o papel. ¿Es correcta nuestra interpretación?	Responde a la necesidad marcada por el Comité de intervalos de Metro de Granada, en la práctica se intentará tramitar con la mayor celeridad, pero no podemos garantizar como protocolo un plazo inferior al marcado en el pliego.
Entendemos que para la instalación de los nuevos soportes o mupis, se podrán utilizar las canalizaciones y acometidas, eléctricas y de datos, actuales de la red del Metropolitano y que los gastos de los consumos irán a cargo de la AOPJA. ¿Es correcta nuestra interpretación?	*Todas las ubicaciones se tratarán de especificar dentro de las instalaciones propias existentes, el consumo de nuestras instalaciones seguirá asumiéndose por parte de la AOPJA.*
El *Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares, Anexo VII. SOBRE Nº2.- DOCUMENTACIÓN RELATIVA A LOS CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN VALORADOS MEDIANTE UN JUICIO DE VALOR,* indica que este sobre deberá incluir: ***"1. Estrategia Comercial*** *[...]* *a) Plan General Propuesto* *La propuesta y el enfoque común deberán incluir los siguientes apartados:*	*Dado que no se avaluará en la oferta económica otro concepto que el* ***Canon Variable de la Fase 1*** (tanto el Canon de la Fase 0 como la Estimación de los ingresos de ventas se solicitan a objeto de transparencia) no se produce ningún tipo de contaminación en la evaluación pero sí nos ayuda a evaluar el Plan General Propuesto y

• *Conocimiento del cliente y del sector [...]* • *Estrategia de inversión en soportes publicitarios, en función de la captación prevista [...]* o *La estimación de ventas/ingresos deberá estar coordinada con el Plan de Inversión propuesto que deberá basarse en las captaciones previstas por cada una de las estaciones/ paradas en superficie o unidades de material móvil, según el caso. [...]* • *Tipología de soportes* ***2. Estimación de Ventas/Ingresos*** *Se deberá incluir en este apartado la relación de ventas/ingresos previstas para cada anualidad correspondiente al período de duración del contrato, desglosada por meses. Las ventas/ingresos estimadas en el Plan de General deberán ser coherentes con el Plan de Inversiones propuesto.* *b) Plan de Marketing [...]* *c) Modelo de gestión y mantenimiento [...]"* *Por otro lado, el Anexo nº 2 del Pliego de Prescripciones Técnicas Particulares,* indica que *el SOBRE Nº3 DE DOCUMENTACIÓN RELATIVA A LOS CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN VALORADOS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE FÓRMULAS, debe incluir:* *"La propuesta económica deberá incluir los siguientes documentos:* *1. **Estimación anual**, y desglosada por meses, de actividad de publicidad, por tipos (convencional, otras propuestas incluyendo publicidad espectacular), convenientemente actualizada en función de la evolución de la demanda, situación estimada de la coyuntura económica, etc. [...]* *4. **Plan de Inversión:** Será coherente con la estimación de ventas y se ceñirá a los soportes que se definen en el Anexo I. El licitador deberá ofertar qué porcentaje de la inversión asume a su costa expresada como un porcentaje de la valoración anual del Plan de Inversión, considerando que los soportes nuevos colocados en las estaciones subterráneas, así como las mejoras añadidas pasan a ser propiedad de Metropolitano de Granada.*	la relación de captación de ventas e inversión en soportes. Todos los licitadores están en igualdad, la oferta económica es el canon variable de la Fase 1 que se desconoce durante la evaluación de estos conceptos.

Hacemos constar que se está requiriendo en el Sobre nº 2 de criterios relativos a un juicio de valor, información económica que no debería incluirse en este sobre, y que, además, se pide aportar de forma repetida en el Sobre nº3. Es el caso de la "Estrategia o Plan de Inversión" y la "Estimación anual y desglosada por meses de Ventas/Ingresos". Se requiere en el Sobre nº 2, apartado 1, la *"Estrategia de Inversión"* en soportes publicitarios, con una valoración de 10 puntos, y también se solicita en el apartado 4 del Sobre nº3 el "Plan de Inversión". Asimismo, se requiere en el Sobre nº2, apartado 2, la *"Estimación de Ventas/Ingresos"*, y también se solicita en el Sobre nº3, apartado 1, la "***Estimación anual**, y desglosada por meses, de actividad de publicidad, por tipos"* Entendemos que tanto la *"Estrategia de Inversión"*, como la "*Estimación de Ventas/Ingresos*", no deberían ser requeridos dentro del Sobre nº 2 de documentación relativa a los criterios de adjudicación valorados mediante un juicio de valor, ya que se puede producir contaminación por conocimiento anticipado de criterios económicos, de tal modo que no queden totalmente garantizados los principios de imparcialidad, objetividad e igualdad de trato entre los licitadores. Por todo ello, consideramos que los contenidos de los sobres nº2 y nº3 y sus criterios de adjudicación deberían ser reevaluados por la AOPJA, para evitar que se aporten criterios económicos en el sobre de juicios de valor y poder mantener la máxima objetividad y la correcta valoración entre las ofertas. ¿Es correcta nuestra interpretación?	
El Pliego de Prescripciones Técnicas Particulares, cláusula 2. "Descripción General del Trabajo", indica que: *"El Metropolitano de Granada transportó en su primer ejercicio anual completo (2018) un total de 10,2 millones de **viajeros** (10.207.006 **usuarios**), con una media en días laborales de más de 32.000 **viajeros/día**, y un crecimiento en el único periodo interanual comparable (se inauguró el 21 de septiembre de 2017) del 29% en el tercer trimestre, frente al mismo periodo de 2017"* Entendemos que lo que se denomina como "viajeros" en realidad corresponde a los "viajes o trayectos	*Son datos de viajeros (usuarios) puede ver el desglose en la información complementaria.*

realizados", no a los individuos. ¿Es correcta nuestra interpretación? En caso afirmativo, entendemos que el nivel de ocupación de "usuarios" del metro por el que se regula el canon de la FASE 0 corresponde también al "número de trayectos" con respecto a los registrados en el año 2019 (11,7 millones de trayectos). ¿Es correcta nuestra interpretación?	
El Pliego de Prescripciones Técnicas Particulares, Anexo 1. "Relación de ejemplos de las zonas susceptibles de ser explotadas comercialmente", indica lo siguiente en relación a los soportes susceptibles de ser vinilados (campañas de marketing espectacular): *"La colocación de vinilos adhesivos microperforados se podrá realizar en cristales con visibilidad exterior tanto de edículos, ascensores, tornos de paso de las estaciones subterráneas, así como en el material móvil garantizando en todo momento la seguridad y confort del usuario".* Para poder realizar un plan comercial y un cuadro de tarifas previstas preciso y detallado, rogamos que nos faciliten un Excel que incluya todos los soportes susceptibles de ser vinilados (campañas de marketing espectacular), edículos, escaleras, barandillas, tornos de validación, ascensores, etc., indicando, de cada tipología, el número de unidades/cantidades, número de caras disponibles para vinilar, etc., así como sus ubicaciones. En relación al concepto "Alquiler de espacio en vestíbulo de estación" incluido en el presupuesto del contrato dentro de marketing espectacular, rogamos que nos proporcionen igualmente las características de los soportes susceptibles de explotación publicitaria, número y ubicaciones. En cuanto a los edículos, tenemos entendido que las caras incorporan los logotipos del Metropolitano y/o la Junta de Andalucía, por lo que rogamos que nos indiquen si se permite vinilar esta cara y en qué condiciones (por ejemplo, restituyendo los vinilos de sus logos al retirar la campaña, etc.) Igualmente, las marquesinas en parada de superficie incorporan los logotipos del Metropolitano y/o la Junta de Andalucía en la cristalera. Rogamos que nos indiquen si se pueden decorar y con qué condiciones.	*En el apartado de información complementaria encuentran los planos de estaciones y paradas, marquesinas y edículos. Como norma no se podrán vinilar las caras que incluyan el logotipo de Metro de Granada en los edículos (para lo que se realizó una visita técnica en la que se pudo realizar fotografías para ampliar esta documentación) así como en las marquesinas no se puede tapar logotipo de la Junta o Metro de Granada.* En cuanto al alquiler de espacios en vestíbulos, se refiere al caso de que se desarrollen actividades comerciales efímeras (stands u otro dispositivo para campañas de sampling o de fidelización o captación de clientes) los adjudicatarios además se encargan del mantenimiento, limpieza y seguridad de estas instalaciones sin que interfieran en el buen funcionamiento del servicio de Metro de Granada.