Resolución de adjudicación

En virtud de lo dispuesto en el artículo 150 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público por la que se transponen al ordenamiento jurídico español las directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014, la Propuesta de la Mesa de Contratación, el Acuerdo del Consejo Rector de la Agencia de Obra Pública de la Junta de Andalucía de fecha 9 de noviembre de 2020, y a la vista del contenido del expediente de contratación,

RESUELVO

Adjudicar el contrato correspondiente a la licitación de Concesión de Servicios para la explotación de la actividad publicitaria y promocional en las instalaciones del Metropolitano de Granada, Expediente: T-MG7124/CAT0, a la empresa GUADALMEDIA PUBLICIDAD, S.A., por una estimación de ingresos por exhibición de 2.841.588,19 euros, IVA excluido, para 4 anualidades de la FASE 1 + 1 año de prórroga, un canon variable en la fase 0 del 5% y un canon variable en la fase 1 del 90%, al resultar su oferta la más ventajosa (puntuación global de 97,07), en virtud del Informe Técnico que se adjunta.

Sevilla, a la fecha de la firma electrónica

El Director Gerente
Julio Jesús Caballero Sánchez

CIF: Q4100686G
Calle Pablo Picasso 6.-41018 Sevilla
T: 95 500 74 00 | F: 95 500 74 77
informacion@aopandalucia.es | www.aopandalucia.es

Es copia auténtica de documento electrónico

VALORACIÓN DE LOS CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN EVALUABLES MEDIANTE UN JUICIO DE VALOR. SOBRE Nº2.

Contrato de concesión de Servicios de explotación de la actividad publicitaria y promocional en las instalaciones del Metropolitano de Granada.

T-MG7124/CAT0

AENOR GESTIÓN DE LA CALIDAD ISO 9001 ER-0794/2008
AENOR GESTIÓN AMBIENTAL UNE-EN ISO 14001 ER-0794/2008
CERTIFIED IQNet MANAGEMENT SYSTEM

Tipo de documento	INFORME DE COMITÉ TÉCNICO DE EVALUACIÓN
Expediente	TMG7124/CAT0
Número de documento	1

Es copia auténtica de documento electrónico

Código Seguro De Verificación:	BY5744NV9J8PSVHCPBLCGRQZW7A87U	Fecha	10/05/2021
Firmado Por	CELIA BEATRIZ SALAZAR RAMIREZ		
	MARÍA ROSARIO FONCUBIERTA RODRÍGUEZ		
Url De Verificación	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	Página	1/22

Agencia de Obra Pública de la Junta de Andalucía, 2021
www.aopandalucia.es
informacion@aopandalucia.es
CIF: Q4100686G

Servicios Centrales
Calle Pablo Picasso 6. 41018 Sevilla
Teléfono: 95 500 74 00
Fax: 95 500 74 77

Centro de Trabajo de Granada
Dirección postal: Avda. Profesor Domínguez Ortiz s/n, 18014 Granada
Teléfono: 958 00 24 12
Fax: 958 00 24 21

Centro de Trabajo de Málaga
Dirección postal: C/ Cerrojo 38, esquina C/ Huerta del Obispo, 29007 Málaga
Teléfono: 951 308 150
Fax: 951 308 154

Es copia auténtica de documento electrónico

INFORME DE EVALUACIÓN RELATIVO A LOS CRITERIOS DE ADJUDICACION VALORADOS MEDIANTE UN JUICIO DE VALOR. SOBRE Nº 2.

Contrato de concesión de Servicios de explotación de la actividad publicitaria y promocional en las instalaciones del Metropolitano de Granada.

1. Introducción

El presente informe recoge la evaluación de los criterios de adjudicación evaluables mediante un juicio de valor realizada por el Comité Técnico, compuesto por Celia Salazar Ramírez y Chari Foncubierta Rodríguez, de la oferta presentada al procedimiento relativo al contrato de concesión de servicios de explotación de la actividad publicitaria y promocional en las instalaciones del Metropolitano de Granada con expediente T-MG7124/CAT0.

Es copia auténtica de documento electrónico

Código Seguro De Verificación:	BY5744NV9J8PSVHCPBLCGRQZW7A87U	Fecha	10/05/2021
Firmado Por	CELIA BEATRIZ SALAZAR RAMIREZ		
	MARÍA ROSARIO FONCUBIERTA RODRÍGUEZ		
Url De Verificación	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	Página	3/22

2. Antecedentes

Con fecha 1 de diciembre de 2020 se publica la licitación del concurso de referencia en modalidad de procedimiento abierto, posteriormente se realiza una nueva publicación con correcciones que conlleva una ampliación de la fecha límite de presentación de las ofertas hasta el el 29 de enero de 2021 a las 12:00 h.

Se reciben las ofertas de los siguientes licitadores, siendo admitidos a concurso:

- JC. DÉCAUX ESPAÑA SLU
- IMPURSA SAU (EXTERIOR PLUS)
- PM PROMEDIOS EXCLUSIVAS DE PUBLICIDAD SLU
- GUADALMEDIA PUBLICIDAD SA
- EXTERION MEDIA SPAIN SAU
- NEW FOCO SL

Con fecha 3 de marzo de 2021, se reúnen los miembros de la Mesa de Contratación, y por la Presidencia se declara válidamente constituida la citada Mesa de Contratación para la apertura del sobre n.º 1 del referido concurso. La Mesa de Contratación procede al examen y calificación de la documentación administrativa previa del contrato de referencia, quedando excluída la oferta de NEW FOCO al haber presentado en un sólo formato digital la documentación relativa a los tres sobres indicados en la cláusula 8.2 del PCAP y no ser posible su subsanación una vez visualizado todo su contenido.

Con fecha 15 de marzo de 2021, del examen de las subsanaciones aportadas por los licitadores de los defectos detectados en la documentación administrativa previa, la Mesa de Contratación concluye que han resultado admitidos definitivamente los siguientes licitadores presentados:

- JC. DÉCAUX ESPAÑA SLU
- IMPURSA SAU (EXTERIOR PLUS)
- PM PROMEDIOS EXCLUSIVAS DE PUBLICIDAD SLU
- GUADALMEDIA PUBLICIDAD SA
- EXTERION MEDIA SPAIN SAU

Se procede a la apertura del sobre que contiene la documentación relativa a los criterios evaluables mediante un juicio de valor, según determina el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares, y se acuerda entregar toda la documentación al Comité Técnico para su evaluación de conformidad con PCAP.

Es copia auténtica de documento electrónico

Código Seguro De Verificación:	BY5744NV9J8PSVHCPBLCGRQZW7A87U	Fecha	10/05/2021
Firmado Por	CELIA BEATRIZ SALAZAR RAMIREZ		
	MARÍA ROSARIO FONCUBIERTA RODRÍGUEZ		
Url De Verificación	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	Página	4/22

El contrato tiene un presupuesto de licitación de 2.202.966,00 euros (IVA incluido). El plazo máximo de prestación de los servicios será de siete años divididos de la siguiente forma, una fase inicial de transición y ligada al número de viajeros como consecuencia del COVID-19, esta fase será llamada fase 0 y tendrá una duración máxima de dos años a contar desde la fecha en que se firme el contrato, más cuatro años de fase 1 con posibilidad de una prórroga anual durante el 6º año.

3. Ofertantes

Las personas licitadores presentadas y cuyas ofertas has resultado admitidas definitivamente para la evaluación técnica del concurso de referencia han sido:

- JC. DÉCAUX ESPAÑA SLU
- IMPURSA SAU (EXTERIOR PLUS)
- PM PROMEDIOS EXCLUSIVAS DE PUBLICIDAD SLU
- GUADALMEDIA PUBLICIDAD SA
- EXTERION MEDIA SPAIN SAU

4. Metodología de la evaluación

La metodología de evaluación se ha realizado de acuerdo a lo especificado en el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares del Concurso, Anexo X.

5. Descripción de las ofertas

La descripción de las principales consideraciones que se han obtenido de las ofertas de las personas licitadoras relacionadas en el apartado 3 del presente informe se contiene en el Anexo nº1.

6. Resultados de la evaluación técnica

Según lo expuesto en los apartados 4 y 5 del presente informe y los cuadros que se adjuntan en el Anexo nº2, la valoración de las ofertas admitidas arroja el siguiente resultado:

OFERTA	VALORACIÓN
EXTERION MEDIA	79
EXTERIORPLUS	77
GUADALMEDIA	76
PROMEDIOS	73
JC. DÉCAUX	67,5

Es copia auténtica de documento electrónico

Código Seguro De Verificación:	BY5744NV9J8PSVHCPBLCGRQZW7A87U	Fecha	10/05/2021
Firmado Por	CELIA BEATRIZ SALAZAR RAMIREZ		
	MARÍA ROSARIO FONCUBIERTA RODRÍGUEZ		
Url De Verificación	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	Página	5/22

La referida valoración corresponde a los apartados cuya ponderación depende de un juicio de valor.

Los miembros del comité técnico dan conformidad al presente informe, a la fecha de la firma electrónica.

Es copia auténtica de documento electrónico

Código Seguro De Verificación:	BY5744NV9J8PSVHCPBLCGRQZW7A87U	Fecha	10/05/2021
Firmado Por	CELIA BEATRIZ SALAZAR RAMIREZ		
	MARÍA ROSARIO FONCUBIERTA RODRÍGUEZ		
Url De Verificación	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	Página	6/22

ANEXO 1: DESCRIPCIÓN DE LAS OFERTAS

Es copia auténtica de documento electrónico

Código Seguro De Verificación:	BY5744NV9J8PSVHCPBLCGRQZW7A87U	Fecha	10/05/2021
Firmado Por	CELIA BEATRIZ SALAZAR RAMIREZ		
	MARÍA ROSARIO FONCUBIERTA RODRÍGUEZ		
Url De Verificación	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	Página	7/22

Los criterios de adjudicación contemplados en el Anexo X del PCAP se basan en los siguientes aspectos a contemplar del Plan de Negocio:

1.- Estrategia Comercial

1.1. Conocimiento del cliente y sector, puntuación máxima 5 puntos.

Licitador	Comentario	Calif.
JC. DÉCAUX	Amplio conocimiento del sector de la publicidad exterior de la que son máximo exponente es el nº 1 mundial. Presencia en mobiliario urbano, transportes (trenes, metros, autobuses y bicis) y aeropuertos, gran formato, centros comerciales. Único exclusivista que puede ofrecer oferta de metro conjunta con Madrid, Barcelona y Bilbao (además tranvía de Zaragoza). Conocimiento del usuario de transporte y hábitos de consumo. *Desarrollo de herramienta propia que permite la medición de audiencias indoor (geometro y geoindoor) basada en gps e imágenes satélite. El conocimiento del sector y del usuario es excelente, acumulan gran experiencia al ser líderes en casi todos los formatos	**5**
EXTERIORPLUS (IMPURSA)	Amplio conocimiento del sector de la publicidad exterior, experiencia en la gestión de todas las estaciones de RENFE - ADIF y aeropuertos como Madrid o Barcelona, así como centros comerciales, mobiliario urbano y parkings . Experiencia en digital y convencional, marketing espectacular y stands. Conocimiento del usuario general de ferrocarril y en particular de Metro de Granada. El conocimiento del sector y del usuario es excelente, acumulan gran experiencia sobre todo en el sector transporte y en concreto el ferroviario.	**5**
PROMEDIOS	Amplio conocimeinto del sector de la publicidad exterior, experiencia en la gestión de mobiliario urbano, marquesinas, autobuses, metros y aeropuertos. Experiencia en marketing espectacular. Conocimiento del usuario general de metro y en particular de Metro de Granada. El conocimiento del sector y del usuario es excelente, acumulan gran experiencia sobre todo en el sector transporte.	

Es copia auténtica de documento electrónico

Código Seguro De Verificación:	BY5744NV9J8PSVHCPBLCGRQZW7A87U	Fecha	10/05/2021
Firmado Por	CELIA BEATRIZ SALAZAR RAMIREZ		
	MARÍA ROSARIO FONCUBIERTA RODRÍGUEZ		
Url De Verificación	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	Página	8/22

Licitador	Comentario	Calif.
GUADALMEDIA	Amplio conocimiento del sector de la publicidad exterior, experiencia en la gestión de mobiliario urbano, marquesinas y autobuses, centros comerciales. Experiencia en marketing espectacular. Conocimiento del usuario general de metro y en particular de Metro de Granada. El conocimiento del sector y del usuario es muy buena, no tienen experiencia en metro pero sí en sector transportes y marketing espectacular.	**5**
EXTERION MEDIA	Amplio conocimiento del sector de la publicidad exterior, especialistas en transporte experiencia en la gestión de marquesinas, autobuses y metros como Londres, Newcastle o Liverpool. Experiencia en marketing espectacular. Conocimiento del usuario general de transporte público y de usuario de Metro de Granada. El conocimiento del sector y del usuario es excelente, acumulan gran experiencia sobre todo en el sector transporte.	**5**

Es copia auténtica de documento electrónico

Código Seguro De Verificación:	BY5744NV9J8PSVHCPBLCGRQZW7A87U	Fecha	10/05/2021
Firmado Por	CELIA BEATRIZ SALAZAR RAMIREZ		
	MARÍA ROSARIO FONCUBIERTA RODRÍGUEZ		
Url De Verificación	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	Página	9/22

1.2. Estrategia de inversión en soportes publicitarios, en función de la captación prevista. Puntuación máxima 10 puntos

Licitador	Comentario	Calif.
JC. DÉCAUX	Inversión de 36.937 € en 4 soportes digitales (2 en Recogidas, 1 en Méndez Núñez y 1 en Alcázar Genil) todo el primer año u resto de anualidades sólo renovación de players cuando sea preciso. La inversión en nuevos soportes es bastante discreta teniendo en cuenta el volumen de negocio del contrato, entendemos que podría realizarse un mayor esfuerzo inversor, así como en innovación sin llegar a saturar el mercado. En comparación con otros competidores la oferta en nuevos soportes es discreta. La colocación de un soporte digital tapando la visión de cristal del ascensor de Recogidas no nos parece adecuada (es la misma que en otra oferta que también se ha indicado)	**6,5**
EXTERIORPLUS (IMPURSA)	Digitalización mediante la incorporación de Mupis digitales para venta cruzada con circuitos de marquesinas en papel. Invertirían 65.000 € en 10 mupis digitales el primer año para las 3 estaciones subterráneas. Digitalización de las estaciones subterráneas del metro durante el primer año con la incorporación de 4 mupis digitales para Recogidas 4 para Méndez Núñez y 2 en Alcázar Genil (vestíbulo y andén) La inversión en nuevos soportes es de 65.000 €, nos parece que se realiza una inversión adecuada y que potencia sobre todo las estaciones subterráneas donde no tenemos presencia publicitaria. La colocación de un soporte digital tapando la visión de cristal del ascensor tanto de Recogidas como de Méndez Núñez no nos parece adecuada (es la misma que en otra oferta que también se ha indicado, esta ubicación no podrá realizarse)	**8**
PROMEDIOS	Inclusión de Metro de Granada en circuitos de campañas nacionales. Labores Comerciales a nivel local para pequeñas y medianas empresas (anunciantes sin intermediarios). Presentación a centrales de medios para que ofrezcan nuestras instalaciones. Agencias de Publicidad Gestión adecuada de los circuitos y canales de captación de clientes así como de las labores comerciales, entendemos que se han focalizado mucho en venta y no en la inversión en nuevos soportes digitales o innovadores. Se hace una fuerte inversión en soportes ya que se incorporan 60 soportes convencionales nuevos el primer año y sólo es a aprtir del tercer año cuando se produce la digitalización de los soportes con 4 incorpora-	**7**

Es copia auténtica de documento electrónico

Código Seguro De Verificación:	BY5744NV9J8PSVHCPBLCGRQZW7A87U	Fecha	10/05/2021
Firmado Por	CELIA BEATRIZ SALAZAR RAMIREZ		
	MARÍA ROSARIO FONCUBIERTA RODRÍGUEZ		
Url De Verificación	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	Página	10/22

Licitador	Comentario	Calif.
	ciones digitales (3 mupis y una pantalla 3*2)	
GUADALMEDIA	Mencionan acuerdos con las grandes agencias de medios para la captación de clientes, colaboración con empresa dentro del grupo (Yventu) para conciertos y presentaciones en Sala Jiménez Torrecillas. Incorporarían 5 mupis digitales, 2 de gran formato y un digital icónico. No especifican el coste de inversión No se especifica el momento de implementación de los soportes, aunque nos parecen muy interesantes las propuestas y equilibradas para no generar impacto innecesario.	**8**
EXTERION MEDIA	Incorporación de 10 mupis digitales. 4 Monopostes digitales (Caleta, Fernando de los Ríos, Sierra Nevada, Universidad). No especifican el coste de inversión. La inversión se prevé en dos oleadas siendo parte de la misma el primer año para comenzar la digitalización de las estaciones subterráneas del metro. Pese a que no se especifica el coste global de la inversión en nuevos soportes, si comparamos con otras ofertas nos parece que se realiza una inversión adecuada.	**8,5**

Es copia auténtica de documento electrónico

Código Seguro De Verificación:	BY5744NV9J8PSVHCPBLCGRQZW7A87U	Fecha	10/05/2021
Firmado Por	CELIA BEATRIZ SALAZAR RAMIREZ		
	MARÍA ROSARIO FONCUBIERTA RODRÍGUEZ		
Url De Verificación	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	Página	11/22

1.3.- Tipología de soportes. Se valorará la incorporación de soportes innovadores o que supongan una ventaja tecnológica. Punuación máxima 25 puntos

Licitador	Comentario	Calif.
JC. DÉCAUX	Incorporación de 4 soportes digitales en las tres estaciones subterráneas. El resto de soportes son los especificados en el pliego. Mupis orientados al cliente local. Circuitos para garantizar cobertura. Contenidos para generar fidelización (app) + posibilidades comerciales (compra con descuentos). Uso de vinilos biodegradables. Sólo se aporta como innovación los 4 soportes digitales y la posibilidad de gestión de contenido en una app para fidelización, pero en la oferta no se especifica si se harían cargo, parece que la creación de la app y su puesta en marcha debe realizarse a nuestro cargo.	**12**
EXTERIORPLUS (IMPURSA)	Incorporación mupis digitales, proponen variedad de vinilos con materiales ecológicos e innovadores como unos que purifican el aire, posible incorporación de hologramas, mupis que proporcionan. Se aportan los soportes digitales (mupi) como innovadores. Además se acompaña de otras opciones más relacionadas con el marketing experiencial como los vinilos que purifican el aire. Hay otras copciones que nos han parecido muy interesantes como las máquinas de smartsamplig, reciclaje o los hologramas. No son opciones que incorporen como soporte pero sí como propuestas a contemplar en campañas de futuros anunciantes. Nos parece que van muy en línea con la imagen innovadora que pretendemos darle a Metro de Granada.	**22**
PROMEDIOS	Gran selección de soportes innovadores pero pocos de ellos se ofrecen en el contrato como parte de los soportes suministrados por el adjudicatario. Mupis digitales, pantallas led, jets (valla ligera en zona de espera de la marquesina)superficies interactivas y multitouch, videomapping, digital signage (pantallas con información concreta de anunciantes o canal Metro). El primer año está previsto instalar 48 Jet y 12 mupis convencionales. El segundo año no hay inversión prevista y el tercer año 3 mupis digitales y un mural digital de 3*2 (no se especifica importe a invertir). Apuesta mucho más por soporte convencional que digital. Pese a que no especifican la inversión realizan una gran aportación en soportes nuevos pero la apuesta es mucho mayor por soportes convencionales que digitales por lo que no lo consideramos tan interesante (se es-	**13**

Es copia auténtica de documento electrónico

Código Seguro De Verificación:	BY5744NV9J8PSVHCPBLCGRQZW7A87U	Fecha	10/05/2021
Firmado Por	CELIA BEATRIZ SALAZAR RAMIREZ MARÍA ROSARIO FONCUBIERTA RODRÍGUEZ		
Url De Verificación	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	Página	12/22

Licitador	Comentario	Calif.
	pecifica en el pliego que valoramos positivamente la aportación de soportes innovadores teniendo una puntuación de hasta 25 puntos y unas vallas, no nos parecen muy acordes a la imagen tecnológica que quiere trasmitir el metropolitano). Del mismo modo tememos una saturación en paradas con la colocación de los jets a los que habría que sumar los mupis ya existentes. Hasta el tercer año no se da la digitalización de soportes con la incorporación de mupis digitales y mural digital de 3*2 en el andén de Recogidas que sí nos parece una buena incorporación, pero en el plan de inversión aparece tarde.	
GUADALMEDIA	Incorporación mupis digitales (3 en superficie y 2 subterráneos) 2 pantallas de gran formato en estaciones Mendénz Núñez y Recogidas, 1 pantalla icónica (adaptada al formato del edículo de Recogidas.) Incorporación de posibles nuevos formatos como un indoor en el coche, soportes digitales con energía fotovoltaica Los mupis digitales en superficie están previstos en Sierra Nevada, Parque Tecnológico y Palacio de los Deportes. Los digitales en andén para Alcázar Genil y en vestíbulo en Recogidas. Además en Recogidas y Méndez Núñez se incorporan las dos pantallas de gran formate en la pared frente al andén (pantallas de 5*3m.) por último la pantalla icónica se adapta al edículo en forma y es una pantalla LED especial que irá en un Edículo de Recogidas. Nos parece una propuesta interesante la imagen del Metro se vería reforzada y modernizada. En cuanto a los otros soportes no ofertados pero sí contemplados en su oferta algunos nos parecen interesantes como la alimentación mediante energía fotovoltaica de los mupis.	**19**
EXTERION MEDIA	Además de los comprometidos en la oferta ofrecen otras experiencias innovadoras como: Carteles perfumados para marketing experiece, Digiwalls (envolver una pantalla digital con un mural de vinilo para integrarla), Vinilos lenticulares, campañas de experiental y brand experience. Se aportan los soportes digitales tanto en formato mupi como en monoposte como innovadores. Además se acompaña de otras opciones más relacionadas con el marketing experiencial como los vinilos con olor o los lenticulares (que a determinado público le puede resultar atrayente).	**18,5**

Es copia auténtica de documento electrónico

Código Seguro De Verificación:	BY5744NV9J8PSVHCPBLCGRQZW7A87U	Fecha	10/05/2021
Firmado Por	CELIA BEATRIZ SALAZAR RAMIREZ MARÍA ROSARIO FONCUBIERTA RODRÍGUEZ		
Url De Verificación	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	Página	13/22

2.- Estimación Venta / Ingresos

2.1.- Plan de Marketing. Puntuación máxima 40 puntos.

Licitador	Comentario	Calif.
JC. DÉCAUX	Canal urbano digital, segmentación, planificación optimizada. Herramientas de gestión y medición de audiencias. Sinergias de grupo internacional cartera escalable, top 20 anunciantes nacionales, diferenciación local buscando marca icono. Equipo 100% de Granada, acuerdos comerciales (ya poseen mobiliario urbano y autobuses para ofrecer pack completo). Inboud marketing (captación de clientes basada en analítica web) y market place con ofertas last minute. Captación de clientes en base a amplia experiencia comercial local, se echa en falta la inclusión del Metropolitano en un circuito nacional de metros (se nombra al principio de la oferta pero no se detalla en el Plan de Marketing) Intersante su propuesta de venta cruzada al ser líderes del sector y poseer amplia cartera de clientes lo que garantiza alta tasa de ocupación.	**28**
EXTERIORPLUS (IMPURSA)	Segmentación por afinidad y por procedencia. Convertir al Metro de Granada en soporte urbano Premium. Equipo de ventas, base de datos, CRM propio que almacena información de clientes actuales y potenciales, plataforma exclusiva de planificación y gestión (Geoohub). Establecer un plan de acción basado en KPI's, plan de comunicación y autoevaluación. Plan de acción para grandes clientes y otro para cliente local. Fuerza de ventas (equipo altamente valorado) Venta cruzada. Eventos y relaciones públicas, sección en web. plan de posicionamiento incial más flexible con tarifas competitivas. La cartera de acciones del plan de markéting es bastante variada así como los medios de captación de clientes. Interesante propuestas de posicionamiento premium y tarifas flexibles en el plan inicial. Incorporan web, un plan de comunicación específico para el metro, página de publicidad en medios, publicaciones en medios sociales, evento de rrpp para presentación del metro con promoción directa con diversos agentes (agencias de medios, de publicidad, empresas locales y medios de comunicación).	**29**
PROMEDIOS	Detalle de la política comercial y el plan de negocio previsto, ejemplo de actuaciones anteriores premiadas en certámenes de publicidad exterior, ejemplos de segmentación tanto de público como de circuitos, para dife-	**28**

Es copia auténtica de documento electrónico

Código Seguro De Verificación:	BY5744NV9J8PSVHCPBLCGRQZW7A87U	Fecha	10/05/2021
Firmado Por	CELIA BEATRIZ SALAZAR RAMIREZ		
	MARÍA ROSARIO FONCUBIERTA RODRÍGUEZ		
Url De Verificación	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	Página	14/22

Licitador	Comentario	Calif.
	rentes soportes, diversidad de canales de captación de clientes (incluida web y rrss), ejemplos de acciones previstas para diferentes clientes y sectores, con especial atención a la segmentación, estrategias diferentes de aproximación según el cliente final, planes de fidelización con descuentos, venta cruzada, redirigir clientes consolidados de otros metros al nuestro con campañas globales. Nos parece muy interesante la diversificación de acciones del plan de markéting, el establecimiento de estaciones o paradas en categorías (oro, plata y bronce) con el consiguiente cambio de tarifa y descuento relacionado. Los medios de captación de clientes nos parecen muy completos ya que incorporan web, acciones de promoción directa con diversos agentes (agencias de medios, de publicidad, empresas locales y medios de comunicación), un buen desarrollo digital con campaña en redes sociales y acciones interesantes desde el punto de las relaciones públicas como el "Tuit y tapas" o el "viaje en metro"	
GUADALMEDIA	Establecimiento de objetivos en base a cliente y tipo de producto, segmentación, creación del SAC (servicio de atención al cliente) para poner en valor la labor consultiva, trabajar con el mercado nacional, regional y local, oficinas presenciales en todas las capitales de provincia andaluzas, política comercial basada en estrategia de precios, posicionamiento en la intermediación y acuerdos anuales; venta cruzada, propuesta de paquete junto a Canal Sur, aaciones comerciales para labor de intermediación con agencias de publicidad y de medios, sinergia con productos audiovisuales Importantes acciones comerciales y de RRPP. Captación de clientes en base una estrategia comercial combinada con gran importancia de la segmentación tanto para los distintos planes de producto, como para el tipo de anunciante e incluso intermediario (agencia de medios, agencia publicidad, empresa local). Línea Bellow the line para la explotación de la Sala Jiménez Torrecillas. Buena estrategia de precios y venta cruzada con Canal Sur.	**26**
EXTERION MEDIA	Completo plan de captación de clientes basado en la reactivación, ofensiva y eficiencia comercial. Estrategias que combinan segmentación del cliente (internacional, nacional y regional - local). Negociación de descuentos. Cartera de acciones comerciales (plan de comunicación y RRPP que incluye plan de fidelización, venta cruzada y campaña de google adwords entre otros). Segmentación al dirigirse a Agencias de Medios, de	**28**

Es copia auténtica de documento electrónico

Código Seguro De Verificación:	BY5744NV9J8PSVHCPBLCGRQZW7A87U	Fecha	10/05/2021
Firmado Por	CELIA BEATRIZ SALAZAR RAMIREZ MARÍA ROSARIO FONCUBIERTA RODRÍGUEZ		
Url De Verificación	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	Página	15/22

Licitador	Comentario	Calif.
	Publicidad y anunciantes directos. Herramientas de gestión y medición de audiencias. Captación de clientes en base una estrategia comercial combinada, importantes acciones comerciales y de RRPP que otorgan notoriedad y fidelización de los clientes.	

2.2.- Modelo de gestión y seguimiento. Puntuación Máxima 10 puntos.

Licitador	Comentario	Calif.
JC. DÉCAUX	Comprobación diaria de campañas e informe de supervisión. Reuniones periódicas BAJO SOLICITUD, herramienta compartida para seguimiento de la actividad publicitaria e informes con alertas automáticas. (4 personas para coordinación con Aopja, gerente Andalucía + Jefe de Ventas + Controller comercial + Coordinador Proyecto) posteriormente se detallan las personas asociadas a las diferentes áreas que podrán intervenir en mayor o menor medida en el proyecto (comercial local 7, comercial nacional 4, Márketing 5, operaciones 6 (comprometidos), 1 administrativo (comprometido). Muy enfocado a los recursos humanos destinados y a la experiencia que atesoran. La coordinación con herramientas de común acceso y contenidos compartido es interesante, las reuniones periódicas no se programan sino que aparecen "bajo solicitud"	**9**
EXTERIORPLUS (IMPURSA)	Plataforma propia para Metro de Granada , ciclos de venta y gestión de operaciones pormenorizados, 7 CV directivos + 25 otras áreas + 10 MK en resumen (12 estarán directamente involucrados en nuestro proyecto) Detallado plan de trabajo y coordinación con AOPJA. Incorporan una plataforma propia. En cuanto a los recursos humanos destinados al proyecto parecen apropiados en cuanto a formación y experiencia. En la oferta hay un error al hablar del Ayuntamiento de Benidorm en nuestra propuesta, se entiende como errata y no se tiene en cuenta en la evaluación.	**10**
PROMEDIOS	Sistema de gestión de publicidad exterior propio, división departamental (red comercial, planificación,financiero, diseño, producción y envío, fijación y colocación). Plataforma compartida con nosotros para seguimiento	**10**

Es copia auténtica de documento electrónico

Código Seguro De Verificación:	BY5744NV9J8PSVHCPBLCGRQZW7A87U	Fecha	10/05/2021
Firmado Por	CELIA BEATRIZ SALAZAR RAMIREZ MARÍA ROSARIO FONCUBIERTA RODRÍGUEZ		
Url De Verificación	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	Página	16/22

Licitador	Comentario	Calif.
	de la actividad del contrato. Recursos humanos destinados: 14 (cv). Se comprometen a establecer almacén y oficina comercial en el PI El Florio (Granada). Detallado plan de trabajo y coordinación con AOPJA. Incorporan una plataforma propia desde la que podremos seguir la actividad del contrato sólo en modo consulta. En cuanto a los recursos humanos destinados al proyecto parecen apropiados en cuanto a formación y experiencia. En la oferta hay un error tipográfico al aparecer una línea duplicada al hablar de las agencias creativas se entiende como errata y no se tiene en cuenta en la evaluación.	
GUADALMEDIA	División departamental (comercial, expansión y marketing + oficina Granada con 1 director, 1 jefe de ventas con 4 ejecutivos y 1 jefe de operaciones con 2 técnicos). Incorporan en RRHH 9 CV . Marketing Lab: big data, retargeting, medición de audiencias con location intelligence, posible incorporación nuevos formatos (indoor coche), gestión informática propia plataforma AYUDA, protocolos y modelos de encargos de trabajo, informes: planificación (mensual y anual), ocupación, fijación y retirada (semanal y mensual), mantenimiento soportes (semanal y mensual) inventario soportes (trimestral), facturación (mensual y anual) rentabilidad soportes (mensual, trimestral y anual) contratación por período y soporte (semanal, mensual, trimestral y anual) ABC clientes en exclusiva (anual) Detallado plan de trabajo y coordinación con AOPJA, se especifica la interacción con Aopja y cómo se van a producir las comunicaciones e informes. Incorporan una plataforma propia. En cuanto a los recursos humanos destinados al proyecto parecen apropiados en cuanto a formación y experiencia	**10**
EXTERION MEDIA	Planificación de las fases y etapas de trabajo y dispuestas en diferentes aplicaciones informáticas específicas. Pataforma propia para gestión de soportes digitales, plataforma ADMIRA Mapa de los sistemas digitales integrados que se usarán en cada fase y cómo intervienen o acceden los diferentes agentes (anunciante, Exterion Media y AOPJA) para consulta o gestión de incidencias. Especifican tipos de materiales y su optimización ambiental. En cuanto a RRHH: 8 CV gestión directa + otros departamentos y personal de apoyo (equipo técnico 6 + 4 mk y comunicación + 3 gestión y administración) Recursos materiales: oficina en Granada si son adjudicatarios como complementarias a las ya existentes en Andalucía (Córdoba,	**10**

Es copia auténtica de documento electrónico

Código Seguro De Verificación:	BY5744NV9J8PSVHCPBLCGRQZW7A87U	Fecha	10/05/2021
Firmado Por	CELIA BEATRIZ SALAZAR RAMIREZ MARÍA ROSARIO FONCUBIERTA RODRÍGUEZ		
Url De Verificación	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	Página	17/22

Licitador	Comentario	Calif.
	Sevilla y Málaga). Especifica otros bienes a disposición del contrato. Plan de trabajo nuevos soportes. Detallado plan de trabajo y coordinación con AOPJA. Muy interesante el permiso y acceso a la plataforma ADMIRA que permitiría a AOPJA lanzar mensajes de emergencia en las pantallas o gestionar una publicidad concreta. En cuanto a los recursos humanos destinados al proyecto parecen apropiados en cuanto a formación y experiencia y se comprometen a la apertura de una oficina en Granada.	

2.3.- Plan de gestión, mantenimiento e inversión. Puntuación Máxima 10 puntos.

Licitador	Comentario	Calif.
JC. DÉCAUX	Inspección y control de creatividades 2 veces por semana en mupi convencional y digital, reparación de soportes 7 días máximo (24 horas en casos urgentes). Sustitución de creatividades 48 horas. Sistema propio de vigilancia y control Proof Of Decaux (POD). Sistema de eco-limpieza, no se especifica perioricidad de limpieza. Adjunta certicicaciones. La reparación de soportes en 7 días es mucho mayor que la de otros ofertantes, cubre con los mínimos exigidos en el pliego pero no supone una mejora sustancial. Sucede lo mismo con el cambio de creatividad en 48 horas. En cuanto a la impieza no se detalla la perioricidad con la que se limpiarán soportes y componentes, mientras que en otras ofertas sí se especifica con detalle.	**7**
EXTERIORPLUS (IMPURSA)	En el plan de mantenimiento especifican que algunas tareas serán realizadas por empresas expertas subcontratadas. Se fija un único día para fijación de campañas y otro día, el martes para la retirada. El resto de días se dedicarán a supervisión, mentenimiento preventivo y limpieza de soportes. mantenimiento preventivo 2 semanales para publicidad, marcos, estructura, cristales y lámparas. 1 semestral para equipos electrónicos y una anual para tomas de tierra. Ante incidencia rutinaria se subsanarán a las 48 horas máximo salvo casos justificados y previa autorización AOPJA. Reparaciones urgentes (riesgo o peligrosidad) se realizarán de inmediato incluso en fines de semana y días festivos. Con respecto al plan de limpieza se destina un día a la semana, cada soporte se limpiará cada 15 días exte-	**8**

Es copia auténtica de documento electrónico

Código Seguro De Verificación:	BY5744NV9J8PSVHCPBLCGRQZW7A87U	Fecha	10/05/2021
Firmado Por	CELIA BEATRIZ SALAZAR RAMIREZ MARÍA ROSARIO FONCUBIERTA RODRÍGUEZ		
Url De Verificación	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	Página	18/22

Licitador	Comentario	Calif.
	riormente y cuando sea preciso interiormente con aspirador de polvo. Incidencias de limpieza de vandalismo o pegatinas: leve en 48 horas, grave, de reparación inmediata. Buenas mejoras aportadas en el apartado de mantenimiento y limpieza, los tiempos de reacción son cortos y aseguran la calidad del servicio, pero hay ofertas que realizan un esfuerzo mayor en este apartado.	
PROMEDIOS	Específica plan de mantenimiento y limpieza (certificado)tanto de instalaciones (mupis) como de las campañas con diferentes soluciones, así como el posible vandalismo al que puedan ser sometidas. Limpiezas rutinarias (cada 15 días); limpiezas integrales del soporte (cada 45 días); Limpiezas no programadas (a demanda según eventos); con caracter mensual revisión iluminación, con caracter trimestral revisión de todos los elementos del soporte (bisagras, bombines, cerraduras etc...) Clasificación del mantenimiento correctivo según grados (riesgo extremo: reacción en 1 hora con balización y 6 para nuevo suministro; riesgo alto: reacción en 8 hora con balización y 24 para nuevo suministro; riesgo moderado: 24 horas; riesgo estético: 48 horas) Certificaciones de la maquinaria a utilizar. Recursos de producción: detalla maquinaria. Gestión de Seguridad y Salud y gestión medioambiental. Excelentes las mejoras aportadas en el apartado de mantenimiento y limpieza, los tiempos de reacción son cortos y aseguran la calidad del servicio.	**10**
GUADALMEDIA	Clasificación de soportes en función de necesidades de limpieza, definición del plan semanal de limpieza, dimensionamiento de los equipos de limpieza (no se especifica perioricidad). Mantenimiento correctivo urgente, respuesta inmediata (retén de guardia fines de semana y festivos) No urgente sin especificar plazo de resolución exacto (parece que 24 horas según el flujo). Planificación semanal de operaciones de limpieza y mantenimiento. Prevención Riesgos laborales. Plan de gestión ambiental y plan de gestión medioambiental. Mupi sin anunciante máx 24 h. cartel dañado 24 h. y creatividad caduca 48 h. Buenas mejoras aportadas en el apartado de mantenimiento y limpieza, los tiempos de reacción son cortos y aseguran la calidad del servicio, pero hay ofertas que realizan un esfuerzo mayor en este apartado.	**8**
EXTERION MEDIA	Todas las incidencias por defectos leves, graves o medios serán reparadas en un intervalo comprendido entre las 8 horas y las 24 horas (en caso de	**9**

Es copia auténtica de documento electrónico

Código Seguro De Verificación:	BY5744NV9J8PSVHCPBLCGRQZW7A87U	Fecha	10/05/2021
Firmado Por	CELIA BEATRIZ SALAZAR RAMIREZ		
	MARÍA ROSARIO FONCUBIERTA RODRÍGUEZ		
Url De Verificación	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	Página	19/22

Licitador	Comentario	Calif.
	problemas durante la fijación la corrección será inmediata). Para mantenimiento preventivo y correctivo de limpieza se realiza monitorización diaria de pantallas, 1 vez a la semana todos los soportes + informe de estado + sustiución filtros según fabricante. Limpieza exterior: además del mantenimiento preventivo se realiza trimestralmente: desmontaje chapas + aspiración, verficación ajustes, comprobación player y tarjetas, comprobación comunicaciones ethernet + rs-232, limpieza pantalla y equipamientos) Soluciones 24/7 con retén de emergencia para cubrir los 365 días del año. Adjuntan certificaciones en calidad. Excelentes las mejoras aportadas en el apartado de mantenimiento y limpieza, los tiempos de reacción son cortos y aseguran la calidad del servicio.	

Es copia auténtica de documento electrónico

Código Seguro De Verificación:	BY5744NV9J8PSVHCPBLCGRQZW7A87U	Fecha	10/05/2021
Firmado Por	CELIA BEATRIZ SALAZAR RAMIREZ		
	MARÍA ROSARIO FONCUBIERTA RODRÍGUEZ		
Url De Verificación	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	Página	20/22

ANEXO 2: CUADROS DE VALORACIONES

Es copia auténtica de documento electrónico

Código Seguro De Verificación:	BY5744NV9J8PSVHCPBLCGRQZW7A87U	Fecha	10/05/2021
Firmado Por	CELIA BEATRIZ SALAZAR RAMIREZ		
	MARÍA ROSARIO FONCUBIERTA RODRÍGUEZ		
Url De Verificación	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	Página	21/22

Licitador	1.1. Conocimiento del cliente y el sector	1.2. Estrategia de inversión en soportes publicitarios, en función de la captación prevista	1.3. Tipología de soportes se valorará la incorporación de soportes innovadores o que supongan una ventaja tecnológica	2.1 Plan de Marke-ting	2.2 Modelo de gestión y seguimiento	2.3 Plan de gestión, mantenimiento e inversión	TOTAL
JC DÉCAUX	5	6,5	12	28	9	7	**67,5**
EXTERIOR PLUS	5	8	22	29	10	8	**77**
PROMEDIOS	5	7	13	28	10	10	**73**
GUADALMEDIA	5	8	19	26	10	10	**76**
EXTERION MEDIA	5	8,5	18,5	28	10	9	**79**

Es copia auténtica de documento electrónico

Código Seguro De Verificación:	BY5744NV9J8PSVHCPBLCGRQZW7A87U	Fecha	10/05/2021
Firmado Por	CELIA BEATRIZ SALAZAR RAMIREZ		
	MARÍA ROSARIO FONCUBIERTA RODRÍGUEZ		
Url De Verificación	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	Página	22/22