Junta de Andalucía

INFORME DEL VOCAL DE LA MESA DE CONTRATACIÓN PERTENECIENTE AL ÓRGANO PROPONENTE, RELATIVO AL EXAMEN DE LA PROPOSICIÓN ECONÓMICA DE LAS OFERTAS PRESENTADAS EN LA LICITACIÓN DEL CONTRATO DE PLANIFICACIÓN DE MEDIOS, EJECUCIÓN DE LOS PLANES DE MEDIOS Y COMPRA DE ESPACIOS EN SOPORTES PUBLICITARIOS PARA LAS ACCIONES DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DEL INSTITUTO ANDALUZ DE LA MUJER; LOTE 2

Mediante el presente Informe, se procede al estudio y examen de las proposiciones económicas de las ofertas presentadas en la licitación de referencia correspondientes al Lote 2, a su valoración y a la comprobación de la posible existencia de ofertas anormalmente bajas.

El apartado 8 del Anexo I del Pliego de Cláusulas Administrativas del referido contrato establece:

"LOTE 2
1. Proposición económica (lote 2)
Se valorará con 70 puntos las condiciones de la oferta económica en relación con los trabajos que constituyen el objeto y contenido del contrato. Los criterios en los que se desagregan las condiciones de la oferta y que poseen una naturaleza exclusivamente económica son los siguientes:

***A** En concepto de costes netos con carácter general en la compra de espacios publicitarios en el medio exterior: se valorará con 60 puntos, distribuidos de la siguiente manera:*

(Advertencia: los COSTES NETOS/UNIDAD ofertados deberán ser un valor superior a cero (0) con dos decimales. En el caso de que en alguno de los COSTES NETOS/UNIDAD se oferte un valor igual o inferior a cero (0), se tomará como valor mínimo admisible el valor 0,01.
La no inclusión en la oferta de uno o más de los COSTES NETOS/UNIDAD a los que se hace referencia en este apartado, conllevará a la no valoración de la puntuación que tuviera asignada el correspondiente soporte.

Exterior (...) ***(Cuadro de costes netos/unidad ofertado.....ver PCAP)***

Para valorar este concepto, la formula aplicable será la siguiente para cada oferta presentada:
VF = V1 + V2 + V3 + V4 + ...+ Vn, siendo V1, V2, V3, V4, ... y Vn, los valores obtenidos por cada oferta presentada para cada uno de los soportes definidos dentro del apartado 1.1 costes netos con carácter general en la compra de espacios publicitarios en el medio exterior de la Proposición económica.
La fórmula aplicable para el cálculo de V1, V2, V3, V4, ... y Vn de cada oferta, es la siguiente:

Vi = PMi / (RFi / RFMINi)
Donde:
Vi = Puntuacion de la oferta presentada para el soporte "i".
PMi = Puntuacion maxima del coste neto para el soporte "i".
RFi = Coste neto ofertado para el soporte "i" (teniendo que se un valor superior a cero)
RFMINi = Coste neto de menor importe de las ofertas valoradas para el soporte "i".

***B** En concepto de COSTE POR MIL IMPACTOS (CPM) en la compra de espacios publicitarios en CINE: se valorará con 5 puntos, distribuidos de la siguiente manera:*
(Advertencia: los COSTES POR MIL IMPACTOS (CPM) ofertados deberán ser un valor superior a cero (0) con dos decimales. En el caso de que en alguno de los COSTES POR MIL IMPACTOS (CPM) se oferte un valor igual o inferior a cero (0), se tomara como valor mínimo admisible el valor 0,01.
La no inclusion en la oferta de uno o más de los COSTES POR MIL IMPACTOS (CPM) a los que se hace referencia en este apartado, conllevara a la no valoracion de la puntuacion que tuviera asignada el correspondiente soporte.

Cine
(…)
CPM ofertado (en euros y excluido IVA) (Ver PCAP)

Para valorar este concepto, la formula aplicable será la siguiente para cada oferta presentada:

Es copia auténtica de documento electrónico

FIRMADO POR	FRANCISCO MANUEL PADRON GARCIA TALAVERA	29/02/2024	PÁGINA 1/15
VERIFICACIÓN	Pk2jmAKZMMENYQBCHVLCBFGMPJAVNR	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

VF = V1 + V2, siendo V1 y V2 los valores obtenidos por cada oferta presentada para cada uno de los soportes definidos dentro del apartado 1.2 COSTE POR MIL IMPACTOS (CPM) en la compra de espacios publicitarios en CINE de la Proposicion Economica.
La formula aplicable para el calculo de V1 y V2 de cada oferta, es la siguiente:

Vi = PMi / (RFi / RFMINi)
Donde:

Vi = Puntuacion de la oferta presentada para el soporte "i".

PMi = Puntuacion maxima del CPM para el soporte "i".

RFi = CPM ofertado para el soporte "i" (teniendo que se un valor superior a cero).

RFMINi = CPM de menor importe de las ofertas valoradas para el soporte "i".

***C** Comision por tramitacion de agencia para todas aquellas inserciones en formatos/soportes descritos en los dos puntos anteriores, a las que se aplica el coste neto ofertado. Se valorara con 4 puntos.*
La comision ofertada se expresara siempre con dos decimales. La puntuacion se calculara en función de las siguientes franjas:
- Comision del 7,01% o superior: 0 puntos.
- Comision entre un 3,51% y un 7,00%: 2 puntos.
- Comision del 3,50% o inferior: 4 puntos.

Por tanto, aquellas ofertas que situen este parametro en un 3,49% o inferior, no obtendran mayor ponderacion del maximo en este punto, ademas de estar a lo dispuesto en el apartado 8 del Anexo I del presente pliego.

***D** Comision por tramitacion de agencia para aquella insercion puntual en un soporte o formato no recogido en ninguno de los apartados anteriores, a la que se aplica el coste neto aprobado. Se valorara con 1 punto.*
La comision ofertada se expresara siempre con dos decimales. La puntuacion se calculara en función de las siguientes franjas:
- Comision del 7,01% o superior: 0 puntos.
- Comision entre un 3,51% y un 7,00%: 0,5 puntos.
- Comision del 3,50% o inferior: 1 punto.

Por tanto, aquellas ofertas que situen este parametro en un 3,49% o inferior, no obtendran mayor ponderacion del maximo en este punto, ademas de estar a lo dispuesto en el apartado 8 del Anexo I del presente pliego.

Tras el examen de las proposiciones económicas de las ofertas presentadas por las empresas admitidas a la licitación, conforme a los referidos criterios ***de adjudicación valorados mediante la aplicación de fórmulas***, los distintos licitadores obtienen las siguientes puntuaciones:

NF	Puntuación Total	45,24	17	4
NF				21
A Costes netos con carácter general en la compra de espacios publicitarios en el medio exterior	Total A)	40,20	Total bajas A)	4
Medio exterior. Coste neto/unidad ofertado (en euros y excluido IVA)	Coste neto RFi	Puntuación obtenida (Vi)	Coste medio	¿Anormalmente Baja?
Fijación. Mupi estándar (1,76x1,20). Poblaciones de más de 500.000 habitantes. 1	0,01	4,00	78,76	Sí

Es copia auténtica de documento electrónico

FIRMADO POR	FRANCISCO MANUEL PADRON GARCIA TALAVERA	29/02/2024	PÁGINA 2/15
VERIFICACIÓN	Pk2jmAKZMMENYQBCHVLCBFGMPJAVNR	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

semana.				
Fijación. Mupi estándar (1,76x1,20). Poblaciones de entre 150.000 y 499.999 habitantes. 1 semana.	75,00	0,00	47,50	No
Fijación. Mupi estándar (1,76x1,20). Poblaciones de entre 100.000 y 149.999 habitantes. 1 semana.	0,01	3,00	13,76	Sí
Fijación. Mupi estándar (1,76x1,20). Poblaciones de entre 50.000 y 99.999 habitantes. 1 semana.	72,00	0,00	31,76	No
Fijación. Mupi estándar (1,76x1,20). Poblaciones de menos de 49.999 habitantes. 1 semana.	0,01	2,00	17,51	Sí
Fijación. Vallas papel estándar (3x8). Poblaciones de más de 500.000 habitantes y sus áreas metropolitanas. 1 cuatorcena	0,01	4,00	0,01	No
Fijación. Vallas papel estándar (3x8). Poblaciones de entre 150.000 y 499.999 habitantes. 1 catorcena.	90,00	0,00	97,51	No
Fijación. Vallas papel estándar (3x8). Poblaciones de entre 100.000 y 149.999 habitantes. 1 catorcena.	0,01	3,00	0,01	No
Fijación. Vallas papel estándar (3x8). Poblaciones de entre 50.000 y 99.999 habitantes. 1 catorcena.	0,01	2,00	0,01	No
Fijación. Vallas papel estándar (3x8). Poblaciones de menos de 49.999 habitantes. 1 catorcena.	90,00	0,00	22,51	No
Autobuses. Trasera integral + Lateral gran formato. Poblaciones de más de 500.000 habitantes. Producción + Fijación 1 mes.	1000,00	3,20	875,00	No
Autobuses. Trasera integral + Lateral gran formato. Poblaciones de entre 100.000 y 499.999 habitantes. Producción + Fijación 1 mes.	595,00	3,00	1098,75	Sí
Autobuses. Trasera integral + Lateral gran formato. Líneas interurbanas. Producción + Fijación 1 mes.	625,00	0,00	456,25	No
Producción mupis estándar. De 0 a 400 unidades.	0,01	4,00	0,01	No
Producción mupis estándar. De 401 en adelante unidades.	0,01	4,00	0,01	No
Producción vallas estándar. De 0 a 400	0,01	4,00	0,01	No

Es copia auténtica de documento electrónico

FIRMADO POR	FRANCISCO MANUEL PADRON GARCIA TALAVERA	29/02/2024	PÁGINA 3/15
VERIFICACIÓN	Pk2jmAKZMMENYQBCHVLCBFGMPJAVNR	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

unidades.				
Producción vallas estándar. De 401 en adelante unidades.	0,01	4,00	0,01	No
Tranvía urbano. Vinilado integral. Producción + Fijación 1 mes	11400,00	0,00	10100,00	No
Mupis digitales. Emisión 1 semana	29,00	0,00	34,75	No
NF				
B) En concepto de COSTE POR MIL IMPACTOS (CPM) en la compra de espacios publicitarios en CINE	Total B)	0,03	Total bajas B)	0
CPM ofertado (en euros y excluido IVA)	Coste mínimo (%) RFMIN	Puntuación Máxima (PM)	Coste medio	¿Anormalmente Baja?
Salas +500,000 habitales	1,50	0,02	0,38	No
Salas hasta 499.999 habitantes	1,50	0,01	25,38	No
NF				
C) Comisión por tramitación de agencia p ara todas aquellas inserciones en formatos/soportes descritos en los dos puntos anteriores	Total C)	4	Total bajas C)	0
	Comisión por tramitación	Puntuación	Comisión Mínima (%) sin baja	¿Anormalmente Baja?
Comisión del 7,01% o superior: 0 puntos. Comisión entre un 3,51% y un 7,00%: 2 puntos. Comisión del 3,50% o inferior: 4 puntos.	3,50	4	3,5	No
NF				
D) Comisión por tramitación de agencia para aquella inserción puntual en un soporte o formato no recogido en ninguno de los apartados anteriores	Total D)	1	Total bajas D)	0
	Comisión por tramitación	Puntuación	Comisión Mínima (%) sin baja	¿Anormalmente Baja?
Comisión del 7,01% o superior: 0 puntos. Comisión entre un 3,51% y un 7,00%: 0,5 puntos. Comisión del 3,50% o inferior: 1 punto.	3,50	1	3,5	No

Es copia auténtica de documento electrónico

FIRMADO POR	FRANCISCO MANUEL PADRON GARCIA TALAVERA	29/02/2024	PÁGINA 4/15
VERIFICACIÓN	Pk2jmAKZMMENYQBCHVLCBFGMPJAVNR	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

NF	Puntuación Total	45,24		
NF	Soportes en baja	4	% soportes en baja	19,05

PROXIMIA HAVAS	Puntuación Total	55,89	12	9
PROXIMIA HAVAS				21
A Costes netos con carácter general en la compra de espacios publicitarios en el medio exterior	Total A)	47,89	Total bajas A)	7
Medio exterior. Coste neto/unidad ofertado (en euros y excluido IVA)	Coste neto RFi	Puntuación obtenida (Vi)	Coste medio	¿Anormalmente Baja?
Fijación. Mupi estándar (1,76x1,20). Poblaciones de más de 500.000 habitantes. 1 semana.	315,00	0,00	78,76	No
Fijación. Mupi estándar (1,76x1,20). Poblaciones de entre 150.000 y 499.999 habitantes. 1 semana.	0,01	3,00	47,50	Sí
Fijación. Mupi estándar (1,76x1,20). Poblaciones de entre 100.000 y 149.999 habitantes. 1 semana.	0,01	3,00	13,76	Sí
Fijación. Mupi estándar (1,76x1,20). Poblaciones de entre 50.000 y 99.999 habitantes. 1 semana.	0,01	3,00	31,76	Sí
Fijación. Mupi estándar (1,76x1,20). Poblaciones de menos de 49.999 habitantes. 1 semana.	0,01	2,00	17,51	Sí
Fijación. Vallas papel estándar (3x8). Poblaciones de más de 500.000 habitantes y sus áreas metropolitanas. 1 cuatorcena	0,01	4,00	0,01	No
Fijación. Vallas papel estándar (3x8). Poblaciones de entre 150.000 y 499.999 habitantes. 1 catorcena.	300,00	0,00	97,51	No
Fijación. Vallas papel estándar (3x8). Poblaciones de entre 100.000 y 149.999	0,01	3,00	0,01	No

Es copia auténtica de documento electrónico

FIRMADO POR	FRANCISCO MANUEL PADRON GARCIA TALAVERA	29/02/2024	PÁGINA 5/15
VERIFICACIÓN	Pk2jmAKZMMENYQBCHVLCBFGMPJAVNR	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

habitantes. 1 catorcena.				
Fijación. Vallas papel estándar (3x8). Poblaciones de entre 50.000 y 99.999 habitantes. 1 catorcena.	0,01	2,00	0,01	No
Fijación. Vallas papel estándar (3x8). Poblaciones de menos de 49.999 habitantes. 1 catorcena.	0,01	2,00	22,51	Sí
Autobuses. Trasera integral + Lateral gran formato. Poblaciones de más de 500.000 habitantes. Producción + Fijación 1 mes.	800,00	4,00	875,00	No
Autobuses. Trasera integral + Lateral gran formato. Poblaciones de entre 100.000 y 499.999 habitantes. Producción + Fijación 1 mes.	2000,00	0,89	1098,75	No
Autobuses. Trasera integral + Lateral gran formato. Líneas interurbanas. Producción + Fijación 1 mes.	0,01	2,00	456,25	Sí
Producción mupis estándar. De 0 a 400 unidades.	0,01	4,00	0,01	No
Producción mupis estándar. De 401 en adelante unidades.	0,01	4,00	0,01	No
Producción vallas estándar. De 0 a 400 unidades.	0,01	4,00	0,01	No
Producción vallas estándar. De 401 en adelante unidades.	0,01	4,00	0,01	No
Tranvía urbano. Vinilado integral. Producción + Fijación 1 mes	14000,00	0,00	10100,00	No
Mupis digitales. Emisión 1 semana	0,01	3,00	34,75	Sí
PROXIMIA HAVAS				
B) En concepto de COSTE POR MIL IMPACTOS (CPM) en la compra de espacios publicitarios en CINE	Total B)	3,00	Total bajas B)	2
CPM ofertado (en euros y excluido IVA)	Coste mínimo (%) RFMIN	Puntuación Máxima (PM)	Coste medio	¿Anormalmente Baja?
Salas +500,000 habitales	0,01	3,00	0,38	Sí
Salas hasta 499.999 habitantes	40,00	0,00	25,38	Sí
PROXIMIA HAVAS				

Es copia auténtica de documento electrónico

FIRMADO POR	FRANCISCO MANUEL PADRON GARCIA TALAVERA	29/02/2024	PÁGINA 6/15
VERIFICACIÓN	Pk2jmAKZMMENYQBCHVLCBFGMPJAVNR	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

C) Comisión por tramitación de agencia p ara todas aquellas inserciones en formatos/soportes descritos en los dos puntos anteriores	Total C)	4	Total bajas C)	0
	Comisión por tramitación	Puntuación	Comisión Mínima (%) sin baja	¿Anormalmente Baja?
Comisión del 7,01% o superior: 0 puntos. Comisión entre un 3,51% y un 7,00%: 2 puntos. Comisión del 3,50% o inferior: 4 puntos.	3,50	4	3,5	No
PROXIMIA HAVAS				
D) Comisión por tramitación de agencia para aquella inserción puntual en un soporte o formato no recogido en ninguno de los apartados anteriores	Total D)	1	Total bajas D)	0
	Comisión por tramitación	Puntuación	Comisión Mínima (%) sin baja	¿Anormalmente Baja?
Comisión del 7,01% o superior: 0 puntos. Comisión entre un 3,51% y un 7,00%: 0,5 puntos. Comisión del 3,50% o inferior: 1 punto.	3,50	1	3,5	No
PROXIMIA HAVAS	Puntuación Total	55,89	0	0
PROXIMIA HAVAS	Soportes en baja	9	% soportes en baja	42,86

ZOSMA MEDIA	Puntuación Total	51,05	16	5
ZOSMA MEDIA				21
A Costes netos con carácter general en la compra de espacios publicitarios en el medio exterior	Total A)	41,05	Total bajas A)	4

Es copia auténtica de documento electrónico

FIRMADO POR	FRANCISCO MANUEL PADRON GARCIA TALAVERA	29/02/2024	PÁGINA 7/15
VERIFICACIÓN	Pk2jmAKZMMENYQBCHVLCBFGMPJAVNR	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

Medio exterior. Coste neto/unidad ofertado (en euros y excluido IVA)	Coste neto RFi	Puntuación obtenida (Vi)	Coste medio	¿Anormalmente Baja?
Fijación. Mupi estándar (1,76x1,20). Poblaciones de más de 500.000 habitantes. 1 semana.	0,01	4,00	78,76	Sí
Fijación. Mupi estándar (1,76x1,20). Poblaciones de entre 150.000 y 499.999 habitantes. 1 semana.	55,00	0,00	47,50	No
Fijación. Mupi estándar (1,76x1,20). Poblaciones de entre 100.000 y 149.999 habitantes. 1 semana.	55,00	0,00	13,76	No
Fijación. Mupi estándar (1,76x1,20). Poblaciones de entre 50.000 y 99.999 habitantes. 1 semana.	55,00	0,00	31,76	No
Fijación. Mupi estándar (1,76x1,20). Poblaciones de menos de 49.999 habitantes. 1 semana.	0,01	2,00	17,51	Sí
Fijación. Vallas papel estándar (3x8). Poblaciones de más de 500.000 habitantes y sus áreas metropolitanas. 1 cuatorcena	0,01	4,00	0,01	No
Fijación. Vallas papel estándar (3x8). Poblaciones de entre 150.000 y 499.999 habitantes. 1 catorcena.	0,01	3,00	97,51	Sí
Fijación. Vallas papel estándar (3x8). Poblaciones de entre 100.000 y 149.999 habitantes. 1 catorcena.	0,01	3,00	0,01	No
Fijación. Vallas papel estándar (3x8). Poblaciones de entre 50.000 y 99.999 habitantes. 1 catorcena.	0,01	2,00	0,01	No
Fijación. Vallas papel estándar (3x8). Poblaciones de menos de 49.999 habitantes. 1 catorcena.	0,01	2,00	22,51	Sí
Autobuses. Trasera integral + Lateral gran formato. Poblaciones de más de 500.000 habitantes. Producción + Fijación 1 mes.	900,00	3,56	875,00	No
Autobuses. Trasera integral + Lateral gran formato. Poblaciones de entre 100.000 y 499.999 habitantes. Producción + Fijación 1 mes.	1200,00	1,49	1098,75	No
Autobuses. Trasera integral + Lateral gran formato. Líneas interurbanas. Producción + Fijación 1 mes.	600,00	0,00	456,25	No
Producción mupis estándar. De 0 a 400	0,01	4,00	0,01	No

Es copia auténtica de documento electrónico

FIRMADO POR	FRANCISCO MANUEL PADRON GARCIA TALAVERA	29/02/2024	PÁGINA 8/15
VERIFICACIÓN	Pk2jmAKZMMENYQBCHVLCBFGMPJAVNR	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

unidades.				
Producción mupis estándar. De 401 en adelante unidades.	0,01	4,00	0,01	No
Producción vallas estándar. De 0 a 400 unidades.	0,01	4,00	0,01	No
Producción vallas estándar. De 401 en adelante unidades.	0,01	4,00	0,01	No
Tranvía urbano. Vinilado integral. Producción + Fijación 1 mes	15000,00	0,00	10100,00	No
Mupis digitales. Emisión 1 semana	60,00	0,00	34,75	No
ZOSMA MEDIA				
B) En concepto de COSTE POR MIL IMPACTOS (CPM) en la compra de espacios publicitarios en CINE	Total B)	5,00	Total bajas B)	1
CPM ofertado (en euros y excluido IVA)	Coste mínimo (%) RFMIN	Puntuación Máxima (PM)	Coste medio	¿Anormalmente Baja?
Fijación. Mupi estándar (1,76x1,20). Poblaciones de más de 500.000 habitantes. 1 semana.	0,01	3,00	0,38	Sí
Salas hasta 499.999 habitantes	0,01	2,00	25,38	No
ZOSMA MEDIA				
C) Comisión por tramitación de agencia p ara todas aquellas inserciones en formatos/soportes descritos en los dos puntos anteriores	Total C)	4	Total bajas C)	0
	Comisión por tramitación	Puntuación	Comisión Mínima (%) sin baja	¿Anormalmente Baja?
Comisión del 7,01% o superior: 0 puntos. Comisión entre un 3,51% y un 7,00%: 2 puntos. Comisión del 3,50% o inferior: 4 puntos.	3,50	4	3,5	No
ZOSMA MEDIA				
D) Comisión por tramitación de agencia para aquella inserción puntual en un soporte o formato no recogido en ninguno de los apartados anteriores	Total D)	1	Total bajas D)	0
	Comisión por tramitació	Puntuación	Comisión Mínima (%) sin	¿Anormalmente Baja?

Es copia auténtica de documento electrónico

FIRMADO POR	FRANCISCO MANUEL PADRON GARCIA TALAVERA	29/02/2024	PÁGINA 9/15
VERIFICACIÓN	Pk2jmAKZMMENYQBCHVLCBFGMPJAVNR	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

	n		baja	
Comisión del 7,01% o superior: 0 puntos. Comisión entre un 3,51% y un 7,00%: 0,5 puntos. Comisión del 3,50% o inferior: 1 punto.	3,50	1	3,5	No
ZOSMA MEDIA	Puntuación Total	51,05	0	0
ZOSMA MEDIA	Soportes en baja	5	% soportes en baja	23,81

SAATCHI	Puntuación Total	57,98	12	9
SAATCHI				21
A Costes netos con carácter general en la compra de espacios publicitarios en el medio exterior	Total A)	49,98	Total bajas A)	7
Medio exterior. Coste neto/unidad ofertado (en euros y excluido IVA)	Coste neto RFi	Puntuación obtenida (Vi)	Coste medio	¿Anormalmente Baja?
Fijación. Mupi estándar (1,76x1,20). Poblaciones de más de 500.000 habitantes. 1 semana.	0,01	4,00	78,76	Sí
Fijación. Mupi estándar (1,76x1,20). Poblaciones de entre 150.000 y 499.999 habitantes. 1 semana.	60	0,00	47,50	No
Fijación. Mupi estándar (1,76x1,20). Poblaciones de entre 100.000 y 149.999 habitantes. 1 semana.	0,01	3,00	13,76	Sí
Fijación. Mupi estándar (1,76x1,20). Poblaciones de entre 50.000 y 99.999 habitantes. 1 semana.	0,01	3,00	31,76	Sí
Fijación. Mupi estándar (1,76x1,20). Poblaciones de menos de 49.999 habitantes. 1 semana.	70	0,00	17,51	No

Es copia auténtica de documento electrónico

FIRMADO POR	FRANCISCO MANUEL PADRON GARCIA TALAVERA	29/02/2024	PÁGINA 10/15
VERIFICACIÓN	Pk2jmAKZMMENYQBCHVLCBFGMPJAVNR	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

Fijación. Vallas papel estándar (3x8). Poblaciones de más de 500.000 habitantes y sus áreas metropolitanas. 1 cuatorcena	0,01	4,00	0,01	No
Fijación. Vallas papel estándar (3x8). Poblaciones de entre 150.000 y 499.999 habitantes. 1 catorcena.	0,01	3,00	97,51	Sí
Fijación. Vallas papel estándar (3x8). Poblaciones de entre 100.000 y 149.999 habitantes. 1 catorcena.	0,01	3,00	0,01	No
Fijación. Vallas papel estándar (3x8). Poblaciones de entre 50.000 y 99.999 habitantes. 1 catorcena.	0,01	2,00	0,01	No
Fijación. Vallas papel estándar (3x8). Poblaciones de menos de 49.999 habitantes. 1 catorcena.	0,01	2,00	22,51	Sí
Autobuses. Trasera integral + Lateral gran formato. Poblaciones de más de 500.000 habitantes. Producción + Fijación 1 mes.	800	4,00	875,00	No
Autobuses. Trasera integral + Lateral gran formato. Poblaciones de entre 100.000 y 499.999 habitantes. Producción + Fijación 1 mes.	600	2,98	1098,75	Sí
Autobuses. Trasera integral + Lateral gran formato. Líneas interurbanas. Producción + Fijación 1 mes.	600	0,00	456,25	No
Producción mupis estándar. De 0 a 400 unidades.	0,01	4,00	0,01	No
Producción mupis estándar. De 401 en adelante unidades.	0,01	4,00	0,01	No
Producción vallas estándar. De 0 a 400 unidades.	0,01	4,00	0,01	No
Producción vallas estándar. De 401 en adelante unidades.	0,01	4,00	0,01	No
Tranvía urbano. Vinilado integral. Producción + Fijación 1 mes	0,01	3,00	10100,00	Sí
Mupis digitales. Emisión 1 semana	50	0,00	34,75	No
SAATCHI				
B) En concepto de COSTE POR MIL IMPACTOS (CPM) en la compra de espacios publicitarios en CINE	Total B)	3,00	Total bajas B)	2
CPM ofertado (en euros y excluido IVA)	Coste mínimo (%) RFMIN	Puntuación Máxima (PM)	Coste medio	¿Anormalmente Baja?

Es copia auténtica de documento electrónico

FIRMADO POR	FRANCISCO MANUEL PADRON GARCIA TALAVERA	29/02/2024	PÁGINA 11/15
VERIFICACIÓN	Pk2jmAKZMMENYQBCHVLCBFGMPJAVNR	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

Fijación. Mupi estándar (1,76x1,20). Poblaciones de más de 500.000 habitantes. 1 semana.	0,01	3,00	0,38	Sí
Salas hasta 499.999 habitantes	60	0,00	25,38	Sí
SAATCHI				
C) Comisión por tramitación de agencia p ara todas aquellas inserciones en formatos/soportes descritos en los dos puntos anteriores	Total C)	4	Total bajas C)	0
	Comisión por tramitación	Puntuación	Comisión Mínima (%) sin baja	¿Anormalmente Baja?
Comisión del 7,01% o superior: 0 puntos. Comisión entre un 3,51% y un 7,00%: 2 puntos. Comisión del 3,50% o inferior: 4 puntos.	3,5	4	3,5	No
SAATCHI				
D) Comisión por tramitación de agencia para aquella inserción puntual en un soporte o formato no recogido en ninguno de los apartados anteriores	Total D)	1	Total bajas D)	0
	Comisión por tramitación	Puntuación	Comisión Mínima (%) sin baja	¿Anormalmente Baja?
Comisión del 7,01% o superior: 0 puntos. Comisión entre un 3,51% y un 7,00%: 0,5 puntos. Comisión del 3,50% o inferior: 1 punto.	3,5	1	3,5	No
SAATCHI	Puntuación Total	57,98	0	0
SAATCHI	Soportes en baja	9	% soportes en baja	42,86

A continuación, y de conformidad con lo establecido en el PCAP, se analizan los **Parámetros objetivos para considerar una oferta anormalmente baja en el Lote 2:**

Una oferta se considerará anormalmente baja cuando se den cualquiera de los siguientes puntos:

Es copia auténtica de documento electrónico

FIRMADO POR	FRANCISCO MANUEL PADRON GARCIA TALAVERA	29/02/2024	PÁGINA 12/15
VERIFICACIÓN	Pk2jmAKZMMENYQBCHVLCBFGMPJAVNR	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

a.a.i.1 Para considerarse una oferta anormalmente baja, se calcularán para cada soporte dentro los apartados A y B del criterio de adjudicación "1. Proposición Económica", qué proposiciones (costes unitarios/unidad o CPM) se encuentran por debajo de un 30% de la media agregada de las proposiciones valoradas para ese mismo soporte (=media aritmética de los costes unitarios/unidad o CPM, según aplique, ofertados por todas las proposiciones valoradas en ese soporte).

Una vez realizado el cálculo anterior, una oferta será considerada anormalmente baja, si el número de soportes en los que las ofertas se encuentran por debajo del 30% de la media agregada para cada soporte, es superior al 30% del número total de soportes de los apartados A y B de la proposición económica.

a.a.i.2 Asimismo, se considerarán ofertas anormalmente bajas aquellas que ofrezcan una bajada superior al 50,00% respecto a la comisión por tramitación de agencia establecido en un 7,00%; esto es, aquellas ofertas por debajo del 3,5% en los criterios de adjudicación 1.C y 1.D.

En aplicación de esos parámetros, y como se puede observar en las tablas anteriores, las ofertas de las licitadoras PROXIMIA HAVAS, S.L., y de M&C SAATCHI MADRID, S.L., han incurrido en ofertas anormalmente bajas, dado que superan el 30 % de soportes en baja.

En cumplimiento de la cláusula 10.5 del PCAP, la Mesa de Contratación ha dado audiencia a dichos licitadores para que justifiquen la viabilidad de sus ofertas, y sobre aquellas condiciones de la oferta que sean susceptibles de determinar el bajo nivel del precio o costes de la misma y, en particular, en lo que se refiere a los siguientes valores:

a) El ahorro que permita el procedimiento de fabricación, los servicios prestados o el método de construcción.
b) Las soluciones técnicas adoptadas y las condiciones excepcionalmente favorables de que disponga para suministrar los productos, prestar los servicios o ejecutar las obras.
c) La innovación y originalidad de las soluciones propuestas, para suministrar los productos, prestar los servicios o ejecutar las obras.
d) El respeto de obligaciones que resulten aplicables en materia medioambiental, social o laboral, y de subcontratación, no siendo justificables precios por debajo de mercado o que incumplan lo establecido en el artículo 201.
e) O la posible obtención de una ayuda de Estado.

Y todo ello, mediante la remisión de la correspondiente documentación, una vez concedido el oportuno plazo de subsanación.

Recibida dicha documentación justificativa, la Presidencia de la mesa de contratación solicita, en atención a lo dispuesto en el artículo 149 de la LCSP, el asesoramiento técnico para evaluar la información y documentación proporcionada por los licitadores.

PROXIMIA HAVAS

La empresa licitadora presenta justificación de su oferta anormalmente bajas en base a las siguientes consideraciones:

> *"PROXIMIA HAVAS emplea para realizar la planificación de campañas, pudiendo afirmar que con el presupuesto ofertado por campaña, la empresa es capaz de ejecutar, a plena satisfacción, las campañas que se realicen, cumpliendo estrictamente los criterios establecidos en el Pliego de Prescripciones Técnicas. A mayor abundamiento,*

Es copia auténtica de documento electrónico

FIRMADO POR	FRANCISCO MANUEL PADRON GARCIA TALAVERA	29/02/2024	PÁGINA 13/15
VERIFICACIÓN	Pk2jmAKZMMENYQBCHVLCBFGMPJAVNR	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

destáquese que dicho precio se ha calculado teniendo en cuenta el margen que puede obtener PROXIMIA HAVAS gracias a las comisiones obtenidas la intermediación de compraventa de anuncios, subvenciones, acuerdos de colaboración, rappels y músculo financiero del Grupo HAVAS. Pudiendo afirmar con total seguridad que con el presupuesto ofertado, la empresa será capaz de ejecutar, a plena satisfacción de esta Administración Pública, los servicios y tareas que se realicen durante la vida del contrato, cumpliendo estrictamente los criterios establecidos en el Pliego de Prescripciones Técnicas.
(…)
A continuación, mostramos la planificación medio a medio y adjuntamos certificados de los exclusivistas dónde se garantiza el coste medio de cada soporte.
Para poder realizar la oferta más ventajosa y con el fin de demostrar que garantizamos los precios y descuentos que ofertamos en la presente licitación, PROXIMIA HAVAS ha cerrado acuerdos de colaboración con los exclusivistas.
(…)
La justificación de las comisiones ofrecidas en la propuesta no se fundamenta en hipótesis o prácticas inadecuadas desde el punto de vista técnico, jurídico o económico, sino en la práctica habitual que ha amparado a PROXIMIA HAVAS durante el tiempo que lleva en el mercado prestando servicios de comunicación, creación y relaciones públicas.
Estas circunstancias se traducen en que PROXIMIA HAVAS obtiene una reducción de los costes directos e indirectos a la hora de prestar los servicios del contrato, dado que muchos costes, son absorbidos y abonados directamente por las empresas del Grupo, (…)"

M&C SAATCHI MADRID SL

La empresa licitadora M&C SAATCHI MADRID SL. presenta justificación de su oferta anormalmente baja en base a sus procesos de trabajo y ejecución de los mismos, lo cual les permite poder ofertar unos precios competitivos:

1. 1.- CONTENIDO
(…) Así, con carácter previo a presentar nuestra oferta, desde M&C SAATCHI MADRID, S.L, hemos realizado un análisis del trabajo, tareas y requisitos de la licitación y posteriormente presentamos una propuesta económica con los costes que realmente puede ofertar, siendo dicho criterio fundamental para la adjudicación del concurso. Así, en este concurso, aceptando y cumpliendo en todo momento con cada uno de los objetivos planteados en los Pliegos, hemos realizado un esfuerzo importante para conseguir unos precios realmente competitivos, primando el principio de efectividad y asegurando la correcta ejecución del contrato. (…)
Con esta distribución conseguimos optimizar la inversión a nivel de cobertura y notoriedad de los soportes.
Con la propuesta económica de Mupis Digitales y Mupis de Poblaciones de 150 a 500 Mil y menos de 50.000 Habitantes cubrimos los costes de Mupis Papel en todos los ámbitos.
En Buses presentamos costes en línea con el resto de licitadores.
En Cine los costes de salas hasta 499.999 Habitantes cubren el importe del apartado de + de 500.000.
2.- CONDICIONES ESPECIALES POR VOLUMEN DE FACTURACIÓN DE LOS DIVERSOS SOPORTES CON M&C SAATCHI MADRID, S.L. Su volumen de facturación permite acceder a acuerdos privados que repercuten en condiciones ventajosas. Su equipo humano y sus técnicas exclusivas permiten optimizar el coste de la producción.
3.- PRINCIPIO DE RIESGO Y VENTURA.
4.- SOLUCIONES TÉCNICAS APORTADAS.
Les enviamos un dossier de nuestra metodología, fuentes y herramientas de mercado y herramientas propias que nos permiten una optimización en los sistemas de trabajos internos, en la optimización de las inversiones de nuestros anunciantes y en definitiva un ahorro en nuestros costes que nos permiten dar nuestros servicios a un precio más competitivo que la competencia.

Es copia auténtica de documento electrónico

FIRMADO POR	FRANCISCO MANUEL PADRON GARCIA TALAVERA	29/02/2024	PÁGINA 14/15
VERIFICACIÓN	Pk2jmAKZMMENYQBCHVLCBFGMPJAVNR	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

A juicio de quien suscribe ambos licitadores han justificado la viabilidad de sus ofertas por lo que procede aceptarlas y continuar con la presente valoración.

Por todo lo cual, y finalmente, al sumar las puntuaciones parciales de todos los criterios de baremación establecidos en el apartado 8 del Anexo I del PCAP, los resultados son los siguientes:

Resumen				**NF**		**P. HAVAS**		**Z. MEDIA**		**SAATCHI**
1. Proposición Económica (Lote 2)	Puntuación máxima	70		45,24		55,89		51,05		57,98
2. Otros Criterios evaluables mediante fórmula distintos a los de la proposición económica.	Puntuación máxima	8		8,00		8,00		8,00		8,00
3. Mejoras	Puntuación máxima	22		13,83		16,11		17,20		16,12
Total	**Puntuación máxima Total**	**100**		**67,07**		**80,00**		**76,25**		**82,10**
										Mejor oferta

En Sevilla, en el día de la fecha de la firma digital,

El Vocal de la Mesa de Contratación

Es copia auténtica de documento electrónico

FIRMADO POR	FRANCISCO MANUEL PADRON GARCIA TALAVERA	29/02/2024	PÁGINA 15/15
VERIFICACIÓN	Pk2jmAKZMMENYQBCHVLCBFGMPJAVNR	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	