

INFORME TÉCNICO DE VALORACIÓN GLOBAL DE LOS CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN VALORADOS MEDIANTE LA APLICACION DE FORMULAS EN LA LICITACIÓN DEL CONTRATO “SUMINISTRO DE MATERIAL DE MERCHANDISING PARA LAS ACTUACIONES QUE SE LLEVARÁN A CABO POR LA CONSEJERÍA DE INCLUSIÓN SOCIAL, JUVENTUD, FAMILIAS E IGUALDAD EN EL MARCO DEL PLAN CORRESPONSABLES 2024”.

Expediente: 142/2024

TÍTULO: “SUMINISTRO DE MATERIAL DE MERCHANDISING PARA LAS ACTUACIONES QUE SE LLEVARÁN A CABO POR LA CONSEJERÍA DE INCLUSIÓN SOCIAL, JUVENTUD, FAMILIAS E IGUALDAD EN EL MARCO DEL PLAN CORRESPONSABLES 2024”

Procedimiento de adjudicación: Abierto simplificado abreviado

Tramitación del expediente: Ordinario

CONTR: 2024 0001022683

Código NUTS del lugar principal de ejecución : E61 Andalucía

Código CPV: 22462000-6 Material de publicidad.

- 1.- Antecedentes
- 2.- Objeto y alcance del contrato.
- 3.- Empresas licitadoras valoradas.
- 4.- Criterios de valoración y metodología aplicada.
- 5.- Valoración de las propuestas.
- 6.- Cuadro resumen de las ofertas presentadas.

1.- ANTECEDENTES

El Plan Corresponsables es una política pública aprobada por el Consejo de Ministros a propuesta del Ministerio de Igualdad, que tiene por objeto iniciar el camino hacia la garantía del cuidado como un derecho en España desde la óptica de la igualdad entre mujeres y hombres, al amparo del artículo 44 de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres y desde un enfoque de garantía de derechos universales, al margen de la condición laboral de las personas beneficiarias.

Dicho Plan es concebido como una política semilla que permita articular mecanismos para el apoyo específico de las necesidades de conciliación de las familias con niñas, niños y jóvenes de hasta 16 años, así como otros ejes de actuación relacionados con la creación de empleo, la dignificación y reconocimiento de la experiencia profesional de cuidados y la sensibilización en materia de corresponsabilidad, enmarcándose en el mismo las siguientes tipologías de proyectos:

- Puesta en marcha de servicios de cuidado profesional para familias con hijas e hijos de hasta 16 años de edad.
- Creación de empleo de calidad.
- Acciones de formación y sensibilización en corresponsabilidad y cuidados destinados a impulsar modelos de masculinidades corresponsables e igualitarias.

En lo que respecta al ejercicio 2024, en virtud de Acuerdo de la Conferencia Sectorial de Igualdad de 29 de abril de 2024 por el que se fijan los criterios de distribución a las comunidades autónomas y ciudades de Ceuta y Melilla, así como la distribución resultante, del crédito destinado en el año 2023 al desarrollo del Plan Corresponsables, publicado mediante Resolución de 10 de mayo de 2024 de la Secretaría de Estado de

Puede verificar la integridad de una copia de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección <https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma> indicando el código de VERIFICACIÓN

FIRMADO POR

CRISTINA SARA VILCHEZ MELGAR

04/12/2024

VERIFICACIÓN

Pk2jmRP3ATXQDFZL33KK5MWJXP3JHT

PÁG. 1/14



Igualdad y para la Erradicación de la la Violencia contra las Mujeres (BOE n.º 120, de 17 de mayo 2024), se establece para la Comunidad Autónoma de Andalucía un importe total de 31.418.927,07 €.

A nivel autonómico, el Estatuto de Autonomía para Andalucía en su artículo 10.3.1º establece entre los objetivos básicos de la Comunidad Autónoma *“la conciliación de la vida familiar y laboral”*. Asimismo, su artículo 37.1 cita como principios rectores en sus apartados 2º y 11º *“la lucha contra el sexismo”* y *“la plena equiparación laboral entre hombres y mujeres así como la conciliación de la vida laboral y familiar”*, siendo competencia de la Comunidad Autónoma según el artículo 73.1.a) del citado Estatuto de Autonomía *“la promoción de la igualdad de hombres y mujeres en todos los ámbitos sociales, laborales, económicos o representativos”*. Por último, en su artículo 168 establece que *“la Comunidad Autónoma impulsará políticas que favorezcan la conciliación del trabajo con la vida personal y familiar”*.

Por su parte, el Decreto 161/2022, de 9 de agosto, por el que se establece la estructura orgánica de la Consejería de Inclusión Social, Juventud, Familias e Igualdad (en adelante CISJUFI), determina que le corresponde a ésta a través de la Secretaría General de Familias, Igualdad, Violencia de Género y Diversidad la competencia sobre los objetivos y fines perseguidos por el plan corresponsables, y así desde la perspectiva de las competencias en materia de familia, las relacionadas con *“el diseño y ejecución de políticas de conciliación de la vida familiar y laboral para la mejora de la calidad de vida de las familias, así como la planificación y ejecución de políticas que favorezcan la igualdad y corresponsabilidad dentro del entorno familiar”*, en el entorno de igualdad las inherentes a la *“planificación y coordinación general de las políticas públicas dirigidas al fomento y desarrollo de los derechos de conciliación garantizados por la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, y en el marco de la Ley 12/2007, de 26 de noviembre, para la promoción de la igualdad de género en Andalucía”*.

2. OBJETO Y ALCANCE DEL CONTRATO

En el ejercicio de las competencias que tiene atribuidas, la CISJUFI considera necesario realizar la adquisición de diverso material que apoye la difusión y conocimiento de las campañas informativas conducentes a informar y concienciar a los ciudadanos y las ciudadanas residentes en Andalucía sobre el cambio de cultura que se necesita para lograr la conciliación real y con ello, concienciar sobre los valores, comportamientos y beneficios para la sociedad que implica el reparto equilibrado de las tareas domésticas y de las responsabilidades familiares .

Serán objeto de este contrato, los gastos de adquisición de objetos para su distribución entre una pluralidad de personas con el fin de publicitar la actividad. El material suministrado estará relacionado tanto con las campañas

Estará incluido tanto el material que se dirija directamente a los ciudadanos (de forma general o a colectivos concretos) como consecuencia de las campañas que se tienen previstas, como el derivado de aquellas actuaciones de carácter institucional cuyo objetivo sea la comunicación de los objetivos del citado Plan.

El material publicitario incluirá elementos de lo más heterogéneo, como camisetas, materiales de oficina, utensilios de cocina, etc. Lo que distingue un material promocional de un material cualquiera es su personalización: incluye siempre el logo o un mensaje que se quiere publicitar, impreso en el propio objeto. Igualmente, el material publicitario aumenta el reconocimiento visual y social del objeto de las campañas publicitarias, pues está continuamente expuesta se hace más reconocible y permanece en la mente de la

Puede verificar la integridad de una copia de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma indicando el código de VERIFICACIÓN			
FIRMADO POR	CRISTINA SARA VILCHEZ MELGAR	04/12/2024	
VERIFICACIÓN	Pk2jmRP3ATXQDFZL33KK5MWJXP3JHT	PÁG. 2/14	

ciudadanía facilitando de esta forma la comunicación. En este sentido, el material informativo y promocional es una vía de acercamiento al ciudadano también para la Administración pública, más si cabe cuando se dirige a colectivos muy alejados por defecto del ámbito administrativo, sus mecanismos y lenguaje, como es el caso de las personas jóvenes o el medio rural.

Los trabajos objeto del contrato no incluyen servicio de diseño o creatividad propiamente dicho, sino únicamente las lógicas adaptaciones de logos y diseños ya existentes que se necesiten para poder serigrafiar, en fábrica, los diversos productos que se suministren, o la realización por el proveedor de retoques en calidades o dimensiones del material gráfico que se facilite de cara a optimizar su impresión.

En lo que se refiere a la entrega del material objeto de contratación esta se realizará en función de las necesidades que conlleven las actuaciones de la CISJUFI y las 4 campañas de publicidad que se prevén en materia de conciliación y corresponsabilidad: una campaña principal y como ramificaciones de ésta, tres campañas de menor entidad. La campaña principal estará dirigida a la sensibilización de la ciudadanía en general en materia de igualdad entre mujeres y hombres y corresponsabilidad en los cuidados. La estrategia marcada por la campaña principal determinará las tres campañas o acciones de menor entidad que estarán dirigidas a un público objetivo a determinar para cada caso, según el contenido de la acción de comunicación que se vaya a realizar.

A tenor de lo previsto en el artículo 16 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 (en adelante, LCSP), el presente contrato debe calificarse como un contrato de suministro, al tratarse de una adquisición de productos. Le resultarán de aplicación directa sus artículos 298 a 307.

3. EMPRESAS LICITADORAS VALORADAS

Con fecha 8 de noviembre de 2024 se publica el anuncio de licitación del contrato de suministros MERCHANDISING PLAN CORRESPONSABLES en el perfil del contratante (Referencia 2024-0001552153). Finalizada la fecha límite de presentación de ofertas el 29 de noviembre de 2024 a las 18:59 horas, se constituye la Mesa de Contratación el 5/11/2024 para el examen del Sobre Electrónico ÚNICO, que contiene la documentación de las entidades que han concurrido a la misma.

Consultado el sistema SIREC-Portal de Licitación Electrónica, consta la presentación de ofertas para por parte de las siguientes mercantiles:

- ARTÍCULOS PUBLICITARIOS CUERDA DE CASTRO S.L
- BITPROM INVESTMENTS S.L
- CLAMO SOPORTES QUE COMUNICAN S.L
- COARTEGIFT REGALOS PUBLICITARIOS S.L
- DISEÑO Y PUBLICIDAD DEL SUR S.L
- KATACRACK SHIRTS S.L
- MASTER TOUCH PUBLICIDAD S.L
- NEUNOR REGALOS PUBLICITARIOS S.L
- PEDRO DAVID CANALES SANTANA
- SPERTORIA S.L

Puede verificar la integridad de una copia de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma indicando el código de VERIFICACIÓN			
FIRMADO POR	CRISTINA SARA VILCHEZ MELGAR	04/12/2024	
VERIFICACIÓN	Pk2jmRP3ATXQDFZL33KK5MWJXP3JHT	PÁG. 3/14	



Tras proceder a la apertura y examen del Sobre ÚNICO , se procede a valorar la documentación contenida en los mismos.

1) ARTÍCULOS PUBLICITARIOS CUERDA DE CASTRO S.L

Presenta:

- ANEXO V
- DOCUMENTO DE COMPROMISO

2) BITPROM INVESTMENTS S.L

Presenta:

- ANEXO II
- ANEXO III
- ANEXO IV
- ANEXO V
- DOCUMENTO DE DECLARACIÓN RESPONSABLE

3) CLAMO SOPORTES QUE COMUNICAN S.L

Presenta:

- ANEXO II
- ANEXO III
- ANEXO V

4) COARTEGIFT REGALOS PUBLICITARIOS S.L

Presenta:

- ANEXO II
- ANEXO III
- ANEXO IV
- ANEXO V

5) DISEÑO Y PUBLICIDAD DEL SUR S.L

Presenta:

- ANEXO II
- ANEXO III
- ANEXO V
- DOCUMENTO DE CONDICIONES PARTICULARES

6) KATACRACK SHIRTS S.L

Presenta:

- ANEXO IV
- ANEXO V
- ANEXO VI
- ANEXO VII
- ANEXO VIII
- ANEXO IX
- ANEXO X

Puede verificar la integridad de una copia de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección <https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma> indicando el código de VERIFICACIÓN

FIRMADO POR	CRISTINA SARA VILCHEZ MELGAR	04/12/2024
VERIFICACIÓN	Pk2jmRP3ATXQDFZL33KK5MWJXP3JHT	PÁG. 4/14





7) MASTER TOUCH PUBLICIDAD S.L

Presenta:

- ANEXO II
- ANEXO III
- ANEXO IV
- ANEXO V
- DOCUMENTO DE DECLARACIÓN RESPONSABLE

8) NEUNOR REGALOS PUBLICITARIOS S.L

Presenta:

- ANEXO II
- ANEXO III
- ANEXO IV
- ANEXO V
- DOCUMENTO DE COMPROMISO DE MEJORA DE PLAZOS

9) PEDRO DAVID CANALES SANTANA

Presenta:

- PRESUPUESTO

10) SPERTORIA S.L

Presenta:

- ANEXO II
- ANEXO V
- DOCUMENTO DE COMPROMISO DE MEJORA DE PLAZOS

EMPRESAS LICITADORAS	OFERTA ECONÓMICA SIN IVA	IVA	RECARGO	MEJORAS
ARTÍCULOS PUBLICITARIOS CUERDA DE CASTRO S.L	29.645,00	6.225,45	-	5 DÍAS
BITPROM INVESTMENTS S.L	78.755,45	16.538,64	5%	3 DÍAS
CLAMO SOPORTES QUE COMUNICAN S.L	41.644,00	8.745,20	2%	-
COARTEGIFT REGALOS PUBLICITARIOS S.L	33.106,00	6.952,26	7%	-
DISEÑO Y PUBLICIDAD DEL SUR S.L	38.157,00	8.012,97	0%	3 DÍAS
KATACRACK SHIRTS S.L	35.509,00	7.456,89	0,01	-
MASTER TOUCH PUBLICIDAD S.L	36.087,00	7.578,27	0,00	5 DÍAS
NEUNOR REGALOS PUBLICITARIOS S.L	34.056,00	7.151,76	1,00	5 DÍAS
PEDRO DAVID CANALES SANTANA -ROTULEP	59.910,00	12.581,10	-	-
SPERTORIA S.L	32.835,00	6.895,35	0,00	3 DIAS

Puede verificar la integridad de una copia de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma indicando el código de VERIFICACIÓN			
FIRMADO POR	CRISTINA SARA VILCHEZ MELGAR	04/12/2024	
VERIFICACIÓN	Pk2jmRP3ATXQDFZL33KK5MWJXP3JHT	PÁG. 5/14	

4. CRITERIOS DE VALORACIÓN Y METODOLOGÍA APLICADA.

Según establece en la Ley de Contratos del Sector Público, la adjudicación del contrato se realizará, ordinariamente utilizando una pluralidad de criterios de adjudicación basados en el principio de mejor relación calidad precio, motivo por el cual, los órganos de contratación velarán por que se establezcan criterios de adjudicación que permitan obtener obras, suministros y servicios de gran calidad que respondan lo mejor posible a sus necesidades.

La elección de estos criterios está justificada en la memoria justificativa del expediente de contratación y la definición de los mismos se establece en el apartado 7 del Anexo I del Pliego de Cláusulas Administrativa Particulares (en adelante PCAP):

4.1. Criterios de adjudicación valorados mediante la aplicación de fórmulas (100 puntos).

4.1.1. Proposición económica (80 puntos).

4.1.2. Recargo máximo por gasto de transporte sobre los precios de los artículos (10 puntos).

4.1.3. Mejora relativa a los plazos de entrega de las mercancías (Hasta 10 puntos).

4.1.1.- Proposición económica (80 puntos).

La oferta económica, se valorará con un 80 % de los puntos totales.

La máxima puntuación (80 puntos), la obtendrá la oferta económica más baja de las admitidas, y la mínima puntuación (0 puntos), la obtendrá la oferta económica que coincida con el presupuesto de licitación.

Las ofertas intermedias tendrán la puntuación que les corresponda de acuerdo con un criterio de proporcionalidad lineal entre los valores máximos (máxima puntuación), y mínimos (mínima puntuación) indicados anteriormente.

La oferta económica vendrá referida al precio ofertado por el total de las 27.200 unidades de los 29 artículos objeto de suministro “Consumo estimado total” que se detallan en el PPT. Aquellas ofertas que no incluyan todos los artículos de obligado suministro que se señalan en el citado Anexo III del PPT, quedarán excluidas del procedimiento de adjudicación.

Se aplicará la siguiente fórmula para la obtención de la puntuación (X) de cada oferta económica (Of) admitida

$$X = \frac{Max \times (PL - Of)}{PL - OMB}$$

siendo: Max= Puntuación máxima de la proposición económica, PL= Presupuesto de Licitación (en euros); OMB= Oferta Más Baja (en euros); Of= Oferta económica de la empresa (en euros).

Puede verificar la integridad de una copia de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma indicando el código de VERIFICACIÓN			
FIRMADO POR	CRISTINA SARA VILCHEZ MELGAR	04/12/2024	
VERIFICACIÓN	Pk2jmRP3ATXQDFZL33KK5MWJXP3JHT	PÁG. 6/14	

Nº	ARTÍCULO	CONSUMO ESTIMADO TOTAL
1	Abridor magnético nevera	1000
2	Frisbee colores	1000
3	Balón PVC playa	1000
4	Juego de mesa infantil 3 en raya	1000
5	Juego infantil de habilidad	1000
6	Set de raquetas de playa	300
7	Set pomperos mini	1000
8	Set pompero	1000
9	Juguete madera	1000
10	Bolsa nevera porta alimentos	1000
11	Bolsa non woven 80 gr/m ² asa larga	1000
12	Bolsa compra plegable	1000
13	Bolsa mochila infantil	1000
14	Cepillo multicolor viaje	900
15	Pelota/corazón antiestrés	1000
16	Botella cristal con aislante exterior	700
17	Delantal algodón largo	800
18	Delantal algodón niño	800
19	Manoplas cocina	1000
20	Camiseta color adulto 100% algodón	1000
21	Camiseta color niño 100% algodón	1000
22	Camiseta técnica color adulto	1000
23	Camiseta técnica color niño	1000
24	Toalla con bolsa	500
25	Toalla microfibra 200 gr 40x90 cm	1000
26	Abanico madera	1500
27	Paraguas adulto	600
28	Paraguas infantil	600
29	Boligrafos 4 colores	1500

El precio ofertado por el total de los artículos objeto de suministro se expresará en euros con dos decimales.

En el precio ofertado no se incluirá el incremento del 20% del coste por impresión o serigrafiado de los productos a suministrar.

4.1.2.- Recargo máximo por gasto de transporte sobre los precios de los artículos (10 puntos).

Dicho recargo podrá ser aplicado por la adjudicataria cuando el número de unidades de un producto que se soliciten en un pedido, para entrega en una determinada dirección, sea inferior al establecido en el Anexo II del PPT (“Uds. estimadas por pedido para entrega en un destino”)

Puede verificar la integridad de una copia de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma indicando el código de VERIFICACIÓN			
FIRMADO POR	CRISTINA SARA VILCHEZ MELGAR	04/12/2024	
VERIFICACIÓN	Pk2jmRP3ATXQDFZL33KK5MWJXP3JHT	PÁG. 7/14	



El recargo ofertado no puede ser inferior a 0,00% ni superar el 10,00%, y se expresará siempre con dos decimales.

Se otorgará la máxima puntuación (10 puntos) al recargo de transporte (%) más bajo ofertado de las ofertas admitidas, y la mínima puntuación (0 puntos) la obtendrá el recargo (%) que coincida con el 10,00%. Las ofertas intermedias tendrán la puntuación que les corresponda de acuerdo con un criterio de proporcionalidad lineal entre los valores máximos (máxima puntuación), y mínimos (mínima puntuación) indicados anteriormente.

$$X = \frac{Max \times (PL - Of)}{PL - OMB}$$

siendo,

PL= Recargo de transporte máximo aceptado (10,00%)

Max= Puntuación máxima (10 puntos)

OMB= Oferta Más Baja (porcentaje con dos decimales).

Of= Oferta económica de la empresa (porcentaje con dos decimales)

No se admitirán recargos menores de 0,00%. Si el recargo ofertado fuera superior al 10,00%, se entenderá que se oferta el 10,00%.

Mediante el presente Informe, se procede al estudio de la documentación presentada y al examen de los criterios de valoración mediante fórmulas de las ofertas presentadas en la licitación de referencia, y a la comprobación de la posible existencia de ofertas anormalmente bajas.

La documentación justificativa relativa a los criterios de adjudicación valorados mediante la aplicación de fórmulas a aportar es la siguiente :

1. Proposición económica. La proposición, debidamente firmada y fechada, deberá ajustarse al modelo que figura en el Anexo V del presente pliego.
2. Aportación de mejoras: Mediante documento de compromiso.

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:

4.1.3 Mejoras (10 puntos)

Continúa la valoración de las mejoras, de conformidad con lo señalado en el apartado 7.A.3 del PCAP, y cuyo detalle se transcribe a continuación:

La mínima puntuación (0 puntos) se obtendrá si no se oferta ninguna mejora relativa a los plazos de entrega. La máxima puntuación (10 puntos) se obtendrá si se oferta una mejora relativa, de al menos 5 días hábiles, a los plazos de entrega señalados en el Pliego de Prescripciones Técnicas (15 días hábiles).

7 puntos si se oferta una mejora relativa, de al menos 3 días hábiles a los plazos de entrega señalados en el Pliego de Prescripciones Técnicas (15 días hábiles)

3 puntos si se oferta una mejora relativa, de al menos 1 día hábil a los plazos de entrega señalados en el Pliego

Puede verificar la integridad de una copia de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección <https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma> indicando el código de VERIFICACIÓN

FIRMADO POR	CRISTINA SARA VILCHEZ MELGAR	04/12/2024	
VERIFICACIÓN	Pk2jmRP3ATXQDFZL33KK5MWJXP3JHT	PÁG. 8/14	



de Prescripciones Técnicas (15 días hábiles)

La mínima puntuación (0 puntos) se obtendrá si no se oferta ninguna mejora relativa a los plazos de entrega.

La empresas que presenten sus ofertas habrán de presentar, en relación con las mejoras que vayan a llevar a cabo, un documento de compromiso.

Se ha tenido en cuenta su relación directa con el objeto del contrato, puesto que hace referencia a la inmediatez en la entrega de los suministros. Por otra parte no alteran ni el objeto ni la naturaleza de las prestaciones del contrato.

5.- VALORACIÓN DE LAS PROPUESTAS

5.1 Cuadro integrador de ofertas presentadas

7.A-CRITERIOS ADJUDICACIÓN MEDIANTE FÓRMULAS

1. Proposición económica (80 puntos)

PRESUPUESTO BASE LICITACIÓN:	72.498,36 €
PUNTUACIÓN MÁX. POSIBLE:	80
OFERTA MÁS BAJA PRESENTADA:	29.645,00 €

2. Recargo máximo por gasto de transporte sobre precio artículos (10 puntos)

RECARGO DE TRANSPORTE MÁX. ACEPTADO:	10,00 %
PUNTUACIÓN MÁX. POSIBLE:	10
OFERTA MÁS BAJA PRESENTADA:	0,0 %

OFERTA ANORMALMENTE BAJAS

MEDIA OFERTAS ECONÓMICAS PRESENTADAS (NO APLICA**)	41.970,45 €
CASO 1: SI CONCURRE 1 LICITADOR Y OFERTA <25% PBL	NO APLICA
CASO 2: SI CONCURREN 2 LICITADORES Y UNA DE LAS OFERTAS ES <20% DE LA OTRA	NO APLICA
CASO 3: SI CONCURREN 3 LICITADORES, LA QUE SEA <10% A LA MEDIA DE LAS OFERTAS	NO APLICA
CASO 4: SI 4 o + LICITADORES, LA QUE SEA <10% A LA MEDIA DE LAS OFERTAS (Calculado con nueva media**)	31.616,89 €

*Si existe oferta >10% a la media, se procederá al cálculo de una nueva media con las ofertas que no se encuentren en dicho supuesto. En todo caso, si el nº de las restantes es <3, la nueva media se calculará sobre las 3 ofertas de menor cuantía. -> Procede el cálculo de una nueva media

**Cálculo de la nueva media sin ofertas que superan el 10% de la media. Licitadores excluidos de la media: BITPROM INVESTMENTS S.L y PEDRO DAVID CANALES SANTANA -ROTULEP

5.2 Entidades Licitadoras

Puede verificar la integridad de una copia de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección <https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma> indicando el código de VERIFICACIÓN

FIRMADO POR	CRISTINA SARA VILCHEZ MELGAR	04/12/2024	
VERIFICACIÓN	Pk2jmRP3ATXQDFZL33KK5MWJXP3JHT	PÁG. 9/14	

ARTÍCULOS PUBLICITARIOS CUERDA DE CASTRO S.L		BITPROM INVESTMENTS S.L	
Puntuación criterios de adjudicación valorados mediante la aplicación de fórmulas		Puntuación criterios de adjudicación valorados mediante la aplicación de fórmulas	
OFERTA ECONÓMICA SIN IVA:	29.645,00 €	OFERTA ECONÓMICA SIN IVA:	78.755,45 €
PUNTUACIÓN OFERTA:	80,00	PUNTUACIÓN OFERTA:	0,00
OFERTA RECARGO:	-	OFERTA RECARGO:	5%
PUNTUACIÓN RECARGO:	0,00	PUNTUACIÓN RECARGO:	5,00
PUNTUACIÓN MEJORA:	10,00	PUNTUACIÓN MEJORA:	7,00
TOTAL:	90,00	TOTAL:	12,00
¿ANORMALMENTE BAJA?	SI	¿ANORMALMENTE BAJA?	NO

CLAMO SOPORTES QUE COMUNICAN S.L		COARTEGIFT REGALOS PUBLICITARIOS S.L	
Puntuación criterios de adjudicación valorados mediante la aplicación de fórmulas		Puntuación criterios de adjudicación valorados mediante la aplicación de fórmulas	
OFERTA ECONÓMICA SIN IVA:	41.644,00 €	OFERTA ECONÓMICA SIN IVA:	33.106,00 €
PUNTUACIÓN OFERTA:	57,60	PUNTUACIÓN OFERTA:	73,54
OFERTA RECARGO:	2,00%	OFERTA RECARGO:	7,00%
PUNTUACIÓN RECARGO:	8,00	PUNTUACIÓN RECARGO:	3,00
PUNTUACIÓN MEJORA:	0,00	PUNTUACIÓN MEJORA:	0,00
TOTAL:	65,60	TOTAL:	76,54
¿ANORMALMENTE BAJA?	NO	¿ANORMALMENTE BAJA?	NO

DISEÑO Y PUBLICIDAD DEL SUR S.L	KATACRACK SHIRTS S.L
---------------------------------	----------------------

Puede verificar la integridad de una copia de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma indicando el código de VERIFICACIÓN			
FIRMADO POR	CRISTINA SARA VILCHEZ MELGAR	04/12/2024	
VERIFICACIÓN	Pk2jmRP3ATXQDFZL33KK5MWJXP3JHT	PÁG. 10/14	



Puntuación criterios de adjudicación valorados mediante la aplicación de fórmulas		Puntuación criterios de adjudicación valorados mediante la aplicación de fórmulas	
OFERTA ECONÓMICA SIN IVA:	38.157,00 €	OFERTA ECONÓMICA SIN IVA:	35.509,00 €
PUNTUACIÓN OFERTA:	64,11	PUNTUACIÓN OFERTA:	69,05
OFERTA RECARGO:	0,00 %	OFERTA RECARGO:	0,01%
PUNTUACIÓN RECARGO:	10,00	PUNTUACIÓN RECARGO:	9,99
PUNTUACIÓN MEJORA:	7,00	PUNTUACIÓN MEJORA:	0,00
TOTAL:	81,11	TOTAL:	79,04
¿ANORMALMENTE BAJA?	NO	¿ANORMALMENTE BAJA?	NO

MASTER TOUCH PUBLICIDAD S.L		NEUNOR REGALOS PUBLICITARIOS S.L	
Puntuación criterios de adjudicación valorados mediante la aplicación de fórmulas		Puntuación criterios de adjudicación valorados mediante la aplicación de fórmulas	
OFERTA ECONÓMICA SIN IVA:	36.087,00 €	OFERTA ECONÓMICA SIN IVA:	34.056,00 €
PUNTUACIÓN OFERTA:	67,97	PUNTUACIÓN OFERTA:	71,77
OFERTA RECARGO:	0 %	OFERTA RECARGO:	1,00 %
PUNTUACIÓN RECARGO:	10,00	PUNTUACIÓN RECARGO:	9,00
PUNTUACIÓN MEJORA:	10,00	PUNTUACIÓN MEJORA:	10,00
TOTAL:	87,97	TOTAL:	90,77
¿ANORMALMENTE BAJA?	NO	¿ANORMALMENTE BAJA?	NO

PEDRO DAVID CANALES SANTANA -ROTULEP	SPERTORIA S.L
---	----------------------



Puntuación criterios de adjudicación valorados mediante la aplicación de fórmulas		Puntuación criterios de adjudicación valorados mediante la aplicación de fórmulas	
OFERTA ECONÓMICA SIN IVA:	59.910,00 €	OFERTA ECONÓMICA SIN IVA:	32.835,00 €
PUNTUACIÓN OFERTA:	23,50	PUNTUACIÓN OFERTA:	74,04
OFERTA RECARGO:	-	OFERTA RECARGO:	0 %
PUNTUACIÓN RECARGO:	0	PUNTUACIÓN RECARGO:	10,00
PUNTUACIÓN MEJORA:	0,00	PUNTUACIÓN MEJORA:	7,00
TOTAL:	23,50	TOTAL:	91,04
¿ANORMALMENTE BAJA?	NO	¿ANORMALMENTE BAJA?	NO

5.2. Valoración de ofertas anormalmente bajas.

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

Los parámetros objetivos en función de los cuales se apreciará, en su caso, que una oferta se considere anormalmente baja, serán los siguientes:

1. Cuando, concurriendo un solo licitador, su oferta económica sea inferior al presupuesto base de licitación en más de 25 unidades porcentuales.
2. Cuando concurren dos licitadores, la que sea inferior en más de 20 unidades porcentuales a la otra oferta económica.
3. Cuando concurren tres licitadores, las que sean inferiores en más de 10 unidades porcentuales a la media aritmética de las ofertas económicas presentadas .
No obstante, se excluirá para el cómputo de dicha media la oferta económica de cuantía más elevada cuando sea superior en más de 10 unidades porcentuales a dicha media. En cualquier caso, se considerará desproporcionada la baja superior a 25 unidades porcentuales.
4. Cuando concurren cuatro o más licitadores, las que sean inferiores en más de 10 unidades porcentuales a la media aritmética de las ofertas presentadas.

No obstante, si entre ellas existen ofertas económicas que sean superiores a dicha media en más de 10 unidades porcentuales, se procederá al cálculo de una nueva media sólo con las ofertas que no se encuentren en el supuesto indicado. En todo caso, si el número de las restantes ofertas es inferior a tres, la nueva media se calculará sobre las tres ofertas de menor cuantía.

En estos supuestos se estará a lo previsto en la LCSP y en el RGLCAP. Cuando hubieren presentado ofertas empresas que pertenezcan a un mismo grupo, en el sentido del artículo 42.1 del Código de Comercio, se tomará únicamente,

Puede verificar la integridad de una copia de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma indicando el código de VERIFICACIÓN			
FIRMADO POR	CRISTINA SARA VILCHEZ MELGAR	04/12/2024	
VERIFICACIÓN	Pk2jmRP3ATXQDFZL33KK5MWJXP3JHT	PÁG. 12/14	

para aplicar el régimen de identificación de las ofertas incursas en presunción de anormalidad, aquélla que fuere más baja, y ello con independencia de que presenten su oferta en solitario o conjuntamente con otra empresa o empresas ajenas al grupo y con las cuales concurran en unión temporal.

Analizada la documentación presentada por las entidades licitadoras se desprende que **la mercantil ARTÍCULOS PUBLICITARIOS CUERDA DE CASTRO S.L presenta una oferta anormalmente baja** ya que la misma resulta inferior en más de 10 unidades porcentuales a la media aritmética de las ofertas presentadas.

En conclusión, debe procederse a requerir a la citada empresas licitadora cuyas proposición económica resulta anormalmente baja conforme a lo definido en el PCAP, para que pueda justificar razonada y detalladamente su oferta, mediante la presentación de documentación acreditativa del volumen de compras, disposición de tarifas especialmente ventajosas, trayectoria de colaboración hacia proveedores, tecnología, procesos o cualquier otra información y documentación que estimen procedentes y resulten pertinentes para afrontar la justificación de dicha oferta.

6.- CUADRO RESUMEN DE LAS OFERTAS PRESENTADAS

Finalmente, al sumar las puntuaciones parciales de todos los criterios de baremación establecidos en el apartado 8.B.2 del Anexo I del PCAP, los resultados son los siguientes:

EMPRESAS LICITADORAS	PROPOSICIÓN ECONÓMICA (MÁX 80 PUNTOS)	RECARGO (MÁX 10 PUNTOS)	MEJORAS (MÁX 10 PUNTOS)	TOTAL
ARTÍCULOS PUBLICITARIOS CUERDA DE CASTRO S.L	80,00	0,00	10,00	90,00
BITPROM INVESTMENTS S.L	0,00	5,00	7,00	12,00
CLAMO SOPORTES QUE COMUNICAN S.L	57,60	8,00	0,00	65,60
COARTEGIFT REGALOS PUBLICITARIOS S.L	73,54	3,00	0,00	76,54
DISEÑO Y PUBLICIDAD DEL SUR S.L	64,11	10,00	7,00	81,11
KATACRACK SHIRTS S.L	69,05	9,99	0,00	79,04
MASTER TOUCH PUBLICIDAD S.L	67,97	10,00	10,00	87,97
NEUNOR REGALOS PUBLICITARIOS S.L	71,77	9,00	10,00	90,77
PEDRO DAVID CANALES SANTANA - ROTULEP	23,50	0,00	0,00	23,50
SPERTORIA S.L	74,04	10,00	7,00	91,04

Asimismo, señalar que:

- La mercantil ARTÍCULOS PUBLICITARIOS CUERDA DE CASTRO S.L NO presenta cumplimentado el epígrafe "RECARGO POR GASTO DE TRANSPORTE" (Anexo V)
- La mercantil BITPROM INVESTMENTS S.L ha presentado una proposición económica de importe superior al importe del presupuesto base de licitación.

Puede verificar la integridad de una copia de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma indicando el código de VERIFICACIÓN			
FIRMADO POR	CRISTINA SARA VILCHEZ MELGAR	04/12/2024	
VERIFICACIÓN	Pk2jmRP3ATXQDFZL33KK5MWJXP3JHT	PÁG. 13/14	

- La mercantil CLAMO SOPORTES QUE COMUNICAN S.L NO presenta DOCUMENTO DE COMPROMISO DE APORTACIÓN DE MEJORAS (Punto 7.A. del PCAP).
- La mercantil COARTEGIFT REGALOS PUBLICITARIOS S.L NO presenta DOCUMENTO DE COMPROMISO DE APORTACIÓN DE MEJORAS (Punto 7.A. del PCAP).
- La mercantil KATACRACK SHIRTS S.L NO presenta DOCUMENTO DE COMPROMISO DE APORTACIÓN DE MEJORAS (Punto 7.A. del PCAP).
- La mercantil PEDRO DAVID CANALES SANTANA presenta como única documentación presupuesto N.º 0016 DE 25/11/2024. NO presenta cumplimentado el epígrafe “RECARGO POR GASTO DE TRANSPORTE” (Anexo V), ni DOCUMENTO DE COMPROMISO DE APORTACIÓN DE MEJORAS (Punto 7.A. del PCAP).

En Sevilla a la fecha de la firma digital

LA JEFA DEL SERVICIO DE PROMOCIÓN Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA

Puede verificar la integridad de una copia de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma indicando el código de VERIFICACIÓN			
FIRMADO POR	CRISTINA SARA VILCHEZ MELGAR	04/12/2024	
VERIFICACIÓN	Pk2jmRP3ATXQDFZL33KK5MWJXP3JHT	PÁG. 14/14	