



INFORME SOBRE EL EXAMEN DE LA PROPOSICIÓN ECONÓMICA DE LAS OFERTAS PRESENTADAS EN EL PROCEDIMIENTO DE 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 DE LA CONSEJERÍA DE LA PRESIDENCIA, INTERIOR, DIÁLOGO SOCIAL Y SIMPLIFICACIÓN ADMINISTRATIVA DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA. EXPEDIENTE CONTR 2024/790497, LOTE 2 (2024/1933).

Con fecha 7 de enero de 2025 se publicó en la Plataforma de Contratación anuncio de licitación para la contratación de la “PLANIFICACIÓN DE MEDIOS, EJECUCIÓN DE LOS PLANES DE MEDIOS Y COMPRA DE ESPACIOS EN SOPORTES PUBLICITARIOS PARA LAS ACCIONES DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DE LA CONSEJERÍA DE LA PRESIDENCIA, INTERIOR, DIÁLOGO SOCIAL Y SIMPLIFICACIÓN ADMINISTRATIVA DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA”, por procedimiento abierto, con dos lotes, expediente CONTR 2024/790497.

La fecha límite de presentación de ofertas fue el 3 de febrero de 2025 a las 13.00 horas. Con fecha 4 de febrero de 2025 tuvo lugar la primera reunión de la mesa de contratación del referido contrato, procediéndose a la apertura de sobre electrónico N°1 “DOCUMENTACIÓN ACREDITATIVA DE LOS REQUISITOS PREVIOS”. Por parte de los miembros de la Mesa se comprueba que las empresas que han presentado sus proposiciones en tiempo y forma a través de SiREC-Portal de licitación electrónica para este Lote 2 son las siguientes:

- 1.- MEDIAPLUS EQU MEDIA, S.L. (NIF: B81108334).
- 2.- AVANTE COMUNICACIÓN, S.L. (NIF: B80518822).
- 3.- HEARTS & SCIENCE, S.L. (NIF: B88277116).
- 4.- MEDIA SAPIENS SPAIN, S.L. (NIF: B86016060).
- 5.- GROUP M PUBLICIDAD WORLDWIDE, S.A.U. (NIF: A81922791).
- 6.- PROXIMIA HAVAS, S.L. (NIF: B63968267).
- 7.- UTE M&C SAATCHI MADRID, S.L. (NIF: B84428754)- UNIVERSAL MCCANN, S.A. (NIF: A79154126).
- 8.- SPONSORY MEDIA GROUP, S.L. (NIF: B93249829).
- 9.- NF AGENCIA DE MEDIOS INDEPENDIENTE, S.L.U. (NIF: B91346890).
- 10.- CARAT ESPAÑA, S.A. (NIF: A28343358).

Efectuado el examen y calificación de la documentación correspondiente al sobre 1 de cada una de las citadas entidades, de conformidad con lo dispuesto en la cláusula 10.3 del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares, por unanimidad de la Mesa de Contratación se acuerda requerir a la licitadora PROXIMIA HAVAS, S.L. subsanación del Anexo II-A, apartado B (Información sobre los representantes del operador económico), concediéndosele tres días naturales para ello.

La mesa de contratación vuelve a celebrar sesión el 7 de febrero de 2025. Una vez examinada la citada documentación subsanada por la licitadora, se comprueba que es correcta, dándose por cumplimentado el requerimiento.

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	FERNANDO FORT GALLEGO	26/03/2025	
	ANDRES VALVERDE MACIAS		
VERIFICACIÓN	PK2jm2VC6NQ9ZFL79QRUHJA2LEZSD2	PÁG. 1/4	



Por tanto, por unanimidad de la Mesa de Contratación se acuerda la admisión definitiva de todas las entidades presentadas a la licitación del Lote 2. A continuación, de conformidad con lo dispuesto en la cláusula 10.4 del PCAP, se procede por parte de la Presidenta de la Mesa de contratación, a la apertura en SiREC- Portal de licitación electrónica del sobre electrónico nº 2 “DOCUMENTACIÓN RELATIVA A LOS CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN VALORADOS MEDIANTE UN JUICIO DE VALOR”, presentado por todas las entidades admitidas a la licitación, acordándose, por unanimidad de la Mesa de Contratación, poner a disposición de los Vocales de la Mesa representantes del Servicio Proponente las propuestas presentadas por las empresas licitadoras admitidas, al objeto de que se realice el estudio y valoración de las mismas.

Con fecha 13 de marzo de 2025, se reunió nuevamente la Mesa de Contratación y aceptó el informe técnico de valoración del sobre electrónico nº 2 del Lote 2, así como procedió a la apertura del Sobre electrónico nº 3, y acordó poner a disposición de los Vocales de la Mesa representantes del Órgano Proponente la documentación incluida en dicho sobre por las empresas licitadoras del Lote 2 al objeto de realizar el estudio y valoración de las propuestas presentadas.

Mediante el presente Informe, se procede al estudio y examen de la proposición económica de las ofertas admitidas a 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. B del Anexo I del Pliego de Cláusulas Administrativas del referido contrato establece:

“LOTE 2

1. Proposición económica (lote 2)

Se valorará con un máximo de 45 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 un máximo de 37 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 la exclusión del procedimiento por no presentar una oferta económica completa y no ser subsanable.

(CUADRO)

B. En concepto de COSTE POR MIL IMPACTOS (CPM) en la compra de espacios publicitarios en CINE: se valorará con un máximo de 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 tomará como valor mínimo admisible el valor 0,01.

La no inclusión en la oferta de uno o más de los COSTES POR MIL IMPACTOS (CPM) a los que se hace referencia en este apartado, conllevará la exclusión del procedimiento por no presentar una oferta económica completa y no ser subsanable.

(CUADRO)

C. Comisión por tramitación 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 valorará con un máximo de 2 puntos.

La comisión ofertada se expresará siempre con dos decimales. La puntuación se calculará en función de las siguientes franjas:

- Comisión igual al 7,01% o superior: 0 puntos.

- Comisión entre un 3,51% y un 7,00%: 1 punto.

- Comisión igual al 3,50% o inferior: 2 puntos.

Por tanto, aquellas ofertas que sitúen este parámetro en un 3,49% o inferior, no obtendrán mayor ponderación del máximo en este punto, además de estar a lo dispuesto en el apartado 8 del Anexo I del presente 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	FERNANDO FORT GALLEGO ANDRES VALVERDE MACIAS	26/03/2025	
VERIFICACIÓN	PK2jm2VC6NQ9ZFL79QRUHJA2LEZSD2	PÁG. 2/4	



- D. Comisión por tramitación de agencia para aquella inserción puntual en un soporte o formato no recogido en ninguno de los apartados anteriores, a la que se aplica el coste neto aprobado. Se valorará con un máximo de 1 punto. La comisión ofertada se expresará siempre con dos decimales. La puntuación se calculará en función de las siguientes franjas:
- Comisión igual al 7,01% o superior: 0 puntos.
 - Comisión entre un 3,51% y un 7,00%: 0,5 puntos.
 - Comisión igual al 3,50% o inferior: 1 punto.
- Por tanto, aquellas ofertas que sitúen este parámetro en un 3,49% o inferior, no obtendrán mayor ponderación del máximo en este punto, además 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, se constata que las entidades SPONSORY MEDIA GROUP, S.L., y CARAT ESPAÑA, S.A., no han incluido en su oferta al menos uno de los COSTES NETOS/UNIDAD, en concreto:

SPONSORY MEDIA GROUP, S.L. :

Fijación. Mupi estándar (1,76x1,20). Poblaciones de más de 500.000 habitantes. 1 semana. Otros exclusivistas **Fijación. Mupi estándar (1,76x1,20). Poblaciones de entre 150.000 y 499.999 habitantes. 1 semana.** Clear Channel

(...entre otros...)

CARAT ESPAÑA

Autobuses. Trasera integral+ Lateral gran formato. Poblaciones entre 100.000 y 499.999 hab. Producción + fijación 1 mes RB Formas

lo cual, y de conformidad con lo establecido en el PCAP, conlleva la exclusión del procedimiento por no presentar una oferta económica completa y no ser subsanable.

Igualmente, y de conformidad con lo establecido en el **ANEXO V-D MODELO DE PROPOSICIÓN ECONÓMICA LOTE 2 (PUBLICIDAD EXTERIOR Y CINE) (SOBRE ELECTRÓNICO Nº 3 52)**

(...)

Se entenderán documentos válidos como verificadores de la propuesta económica los casos en los que el coste ofertado no esté condicionado a distintas variables, como escalados en función del volumen de inversión, diversos costes según formatos publicitarios, días de la semana, target, periodo temporal, etc. En los casos en los que así ocurra, se debe considerar como la opción más ajustada al principio de proporcionalidad y a lo exigido en los pliegos de la presente licitación, la no valoración de todo aquel coste ofertado en cualquier soporte en el que la correspondiente carta del mismo no permita verificar de manera fehaciente, inequívoca, y sin ningún condicionante temporal en cuanto al periodo de validez (que el coste sea válido por tanto para todo el eventual periodo de ejecución del contrato), un único valor de coste neto a "aplicar con carácter general", que sea válido de manera exhaustiva para toda la oferta del soporte, sin consideraciones de tipo de formato, volumen de inversión, periodo temporal, ni cualquier otra variable, aplicando este mismo criterio a todos los licitadores por igual. Para facilitar el proceso, y a modo únicamente de orientación, se aporta en la presente licitación (ANEXO V-E) un modelo de carta de verificación.

En el caso de que no exista concordancia entre el coste ofertado y la carta de verificación, prevalecerá lo expresado en la carta firmada por el exclusivista, teniendo en cuenta lo expresado en el párrafo anterior en relación con costes ofertados condicionados a distintas variables.

La no presentación del documento supondrá la exclusión de la propuesta.

Por otro lado, dichos documentos de verificación NO implican un compromiso de utilización de los soportes afectados durante la ejecución de las distintas actuaciones que se pueden llevar a cabo durante la vigencia del contrato, pudiéndose incluso diseñar y ejecutar planes de medios en los que se incorporen otros soportes no relacionados en dichos documentos.

(...)

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	FERNANDO FORT GALLEGO	26/03/2025	
	ANDRES VALVERDE MACIAS		
VERIFICACIÓN	PK2jm2VC6NQ9ZFL79QRUHJA2LEZSD2	PÁG. 3/4	



Del examen de la documentación presentada por los distintos licitadores, se constata que la entidad MEDIA MEDIAPLUS EQU MEDIA, S.L., no ha presentado la carta de verificación (Exterior y Cine) relativa a:

Autobuses. Trasera integral + Lateral gran formato. Poblaciones entre 100.000 y 499.999 hab. Producción + fijación 1 mes. Exclusivista: RB Formas

lo cual conlleva la exclusión del procedimiento.

Por ello, se propone a la Mesa de Contratación la exclusión del procedimiento de las entidades: SPONSORY MEDIA GROUP, S.L., CARAT ESPAÑA, S.A., y MEDIAPLUS EQU MEDIA, S.L., por las razones expuestas.

A continuación, y de conformidad con lo establecido en el punto 8.D. Parámetros objetivos para considerar una oferta anormalmente baja del Anexo I del PCAP, Lote 2, se analizan dicha circunstancia:

- “Una oferta se considerará anormalmente baja cuando se den cualquiera de los siguientes puntos:*
- 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 mediana de las proposiciones valoradas para ese mismo 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 mediana para cada soporte, es superior al 30% del número total de soportes de los apartados A y B de la proposición económica.
 - 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.*

Realizadas las comprobaciones correspondientes, no se aprecia la existencia de ofertas anormalmente bajas.

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

EL COORDINADOR GENERAL DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL	EL JEFE DE SERVICIO DE INSPECCIÓN
Andrés Valverde Macías	Fernando Fort Gallego

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	FERNANDO FORT GALLEGO	26/03/2025	
VERIFICACIÓN	PK2jm2VC6NQ9ZFL79QRUHJA2LEZSD2	PÁG. 4/4	