

INFORME RELATIVO AL EXAMEN DE LA JUSTIFICACIÓN DE LAS OFERTAS ANORMALMENTE BAJAS Y DE LOS CRITERIOS DE VALORACIÓN MEDIANTE FÓRMULAS DE LAS OFERTAS PRESENTADAS EN LA LICITACIÓN DEL CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE PLANIFICACIÓN Y COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS PARA CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN DE PROYECTOS FINANCIADOS CON FONDOS EUROPEOS. EXPEDIENTE CONTR 2025/312255, LOTE 2.

En primer lugar, se señala que, realizado con carácter previo, informe relativo a los criterios de adjudicación en el Lote 2 del contrato de referencia valorados mediante un juicio de valor, éste arrojó los siguientes resultados:

Lote 2 (Exterior y cine)		Full Media	Saatchi	NF	Media Sapiens
Criterios de Adjudicación valorados mediante un juicio de valor	41,0	20,5	38,0	32,8	20,5
Análisis y evaluación de la comunicación (5)	5	2,5	4,0	4,0	2,5
Proceso estratégico (10)	10	5,0	10,0	8,0	5,0
Innovación, originalidad y notoriedad (10)	10	5,0	10,0	8,0	5,0
Adaptación y segmentación (6)	6	3,0	6,0	4,8	3,0
Modelo de relación agencia-cliente (10)	10	5,0	8,0	8,0	5,0


Con posterioridad y analizadas las ofertas se constató que las relativas a las siguientes empresas resultaron anormalmente bajas conforme a lo definido en el PCAP, por los criterios siguientes

- FULLMEDIA ANDALUCIA SOCIEDAD LIMITADA. Criterios: C y D
- M&C SAATCHI MADRID SL. Criterios: C y D
- NF AGENCIA DE MEDIOS INDEPENDIENTE, S.L.U. Criterio: C y D

	Full Media		Saatchi		NF		Media Sapiens	
	Comisión		Comisión		Comisión		Comisión	
Comisión para todas aquellas inserciones con tarifa oficial publicada. Se valorará con un máximo de 2 puntos.	0,00%	Sí baja	0,00%	Sí baja	0,00%	Sí baja	3,50%	No baja
Comisión para aquella inserción puntual que no disponga de tarifa oficial o no recogido en los apartados anteriores. Se valorará con un máximo de 1 punto.	0,00%	Sí baja	0,00%	Sí baja	0,00%	Sí baja	3,50%	No baja

Por ello y en cumplimiento de la cláusula 10.5 del PCAP, la Mesa de Contratación dio audiencia a dichos licitadores para que justificaran la viabilidad de su oferta sobre aquellas condiciones que eran 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:



Puede verificar la integridad 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 GALLEG0	30/10/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmGKESJ2HTFYWQYEJJBVEKN82LR	PÁG. 1/12	



- 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 la justificación en tiempo y forma, y en atención a lo dispuesto en el artículo 149 de la LCSP, se solicita asesoramiento técnico para evaluar la información y documentación proporcionada por dichos licitadores.

A este respecto, se señala que la licitadora, **FULLMEDIA ANDALUCÍA, S.L.**, alega en su escrito los siguientes argumentos:

1. *Solvencia técnica y financiera acreditada.*
2. *Solidez patrimonial.*
3. *Condiciones preferenciales con medios y economías de escala.*
4. *Experiencia previa en contratos de naturaleza análoga.*
5. *Estructura y personal técnico consolidado.*
6. *Ausencia de costes financieros adicionales.*

Aunque la Ley de Contratos del Sector Público (LCSP) no prohíbe expresamente las ofertas con precio simbólico o comisión cero, sí exige que toda oferta sea económicamente viable y que el contrato conserve su carácter oneroso. En este sentido, el artículo 149 de la LCSP establece que, ante una oferta anormalmente baja, el órgano de contratación debe requerir al licitador una justificación detallada que demuestre la viabilidad de la propuesta.


En el caso de FULLMEDIA ANDALUCÍA, S.L., aunque se alegan factores como solvencia técnica y financiera, experiencia previa, estructura consolidada y ausencia de costes financieros, estos argumentos no son suficientes por sí solos para acreditar que una oferta con comisión del 0% puede cubrir los costes reales de ejecución del contrato, incluyendo:

- Retribución del personal conforme a normativa laboral.
- Costes operativos y logísticos.

Margen empresarial mínimo para garantizar la sostenibilidad del servicio.

Además, la jurisprudencia ha señalado que una oferta que no contemple una retribución adecuada puede vulnerar el principio de igualdad entre licitadores, dado que se podría alterar la fórmula de valoración o de obtener una ventaja competitiva improcedente.

Por tanto, si tras el requerimiento de justificación, la empresa no acredita de forma documentada y razonada cómo se cubren los costes del servicio sin percibir comisión alguna, la oferta debe considerarse inviable económicamente y puede ser excluida del procedimiento por incurrir en una presunción de baja temeraria no justificada.

Puede verificar la integridad 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 GALLEG0	30/10/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmGKESJ2HTFYWQYEJJBVEKN82LR	PÁG. 2/12	



La licitadora, **M&C SAATCHI**, alega en su escrito los siguientes argumentos:

- 1.- *Condiciones especiales por volumen de facturación de los diversos soportes con M&C SAATCHI MADRID, S.L.*
- 2.- *Principio de riesgo y ventura*
- 3.- *Relación de licitaciones ejecutadas al 0,00 % de comisión por tramitación de agencia.*

Aunque el principio de riesgo y ventura recogido en el artículo 197 de la Ley de Contratos del Sector Público (LCSP) establece que el contratista asume las contingencias económicas derivadas de la ejecución del contrato, este principio no exime al licitador de justificar la viabilidad económica de su oferta, especialmente cuando ésta se presenta con una comisión del 0%.

La jurisprudencia ha sido clara al señalar que, si bien el contratista asume el riesgo de obtener beneficios o pérdidas, la oferta debe ser viable desde el inicio del procedimiento, y no puede basarse únicamente en la expectativa de que el riesgo asumido se compense con beneficios futuros o con experiencia previa.

En este caso, la empresa licitadora argumenta que ya ha ejecutado contratos similares con comisión cero. Sin embargo, la mera existencia de antecedentes no acredita automáticamente la viabilidad económica de la oferta actual, ni garantiza que se cumplan los requisitos de calidad, sostenibilidad financiera y respeto a la normativa laboral.

Además, la doctrina y resoluciones de los tribunales administrativos de recursos contractuales han advertido que las ofertas simbólicas o a precio cero pueden desvirtuar la fórmula de valoración y generar una ventaja competitiva improcedente, especialmente si no se justifica adecuadamente cómo se cubrirán los costes reales del servicio.

Por tanto, la empresa no aporta una justificación técnica y financiera detallada que demuestre cómo se ejecutará el contrato sin percibir comisión alguna, por lo que la oferta debe considerarse anormalmente baja e inviable, y puede ser excluida conforme al artículo 149 de la LCSP.


La licitadora, **NF AGENCIA DE MEDIOS INDEPENDIENTE**, alega, por su parte, en su escrito los siguientes argumentos:

- Ahorro que permite los servicios prestados*
- Soluciones técnicas adoptadas y condiciones excepcionalmente favorables*
- Innovación y originalidad de las soluciones propuestas y experiencia*
- Se propone una comisión del 0,00 % por tramitación de agencia, al considerar que este margen, aunque pueda parecer reducido, se sostiene gracias a una estructura de costes optimizada.*
- Este expediente refleja una situación análoga a la previamente expuesta, en la que la totalidad de los licitadores ofertaron un porcentaje de comisión de agencia del 0,01% o 0,00%. La adjudicación se llevó a cabo en tales términos, sin que este factor constituya un impedimento para la adecuada ejecución del contrato.*
- Respeto de obligaciones aplicables en materia medioambiental, social, laboral o de subcontratación*

Aunque NF MEDIA alega que su oferta con comisión del 0% se sostiene gracias a una estructura de costes optimizada, soluciones técnicas innovadoras y condiciones excepcionalmente favorables, estos argumentos no eximen del deber de justificar la viabilidad económica real de la propuesta, conforme al artículo 149 de la Ley de Contratos del Sector Público (LCSP).

La jurisprudencia y doctrina administrativa han establecido que:

Las ofertas simbólicas o a precio cero no están prohibidas por la LCSP, pero deben ser justificadas de forma razonada y documentada para evitar su exclusión por presunción de baja temeraria.

Puede verificar la integridad 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 GALLEGU	30/10/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmGKESJ2HTFYWQYEJJBVEKN82LR	PÁG. 3/12	



La experiencia previa en contratos similares o el hecho de que otras empresas hayan ofertado comisiones similares no garantiza la viabilidad actual, ni sustituye el análisis técnico-financiero exigido por la ley.

La innovación o condiciones excepcionales pueden ser elementos válidos en la justificación, pero deben traducirse en cifras concretas, como ahorros medibles, eficiencia operativa demostrable y cumplimiento de obligaciones laborales, sociales y medioambientales.

En este sentido, si NF MEDIA no acredita mediante documentación detallada cómo se cubrirán los costes de ejecución del contrato sin percibir comisión alguna, y cómo se garantiza el cumplimiento de las obligaciones legales, la oferta debe considerarse inviable económicamente y puede ser excluida por incurrir en una presunción de baja temeraria no justificada.

La empresa NF MEDIA sostiene que su oferta con comisión del 0,00% es viable porque en expedientes anteriores se adjudicaron contratos en términos similares, sin que ello impidiera la adecuada ejecución. Sin embargo, esta alegación no es suficiente ni jurídicamente válida para justificar la viabilidad económica de la oferta actual.

La jurisprudencia y doctrina administrativa han sido claras al respecto: la existencia de adjudicaciones previas con comisión cero no exime del deber de justificación individualizada de cada oferta en el procedimiento en curso. Cada expediente tiene sus propias condiciones técnicas, económicas y operativas, por lo que no puede extrapolarse la viabilidad de una oferta anterior a una nueva sin análisis específico.

El artículo 149 de la Ley de Contratos del Sector Público (LCSP) exige que, ante una presunción de baja temeraria, el licitador debe justificar detalladamente cómo se cubren los costes reales de ejecución, incluyendo personal, medios, cumplimiento normativo y márgenes empresariales. No basta con invocar precedentes.

Además, los tribunales han advertido que la reiteración de ofertas simbólicas o a precio cero puede desvirtuar la fórmula de valoración, generando una ventaja competitiva desleal si no se acredita su viabilidad con datos objetivos y verificables.

Por tanto, aunque en otros procedimientos se hayan adjudicado contratos con comisiones similares, ello no constituye prueba suficiente ni automática de que la oferta actual sea viable, ni de que cumpla con los principios de eficiencia, sostenibilidad y legalidad exigidos por la LCSP.

A la vista de las consideraciones planteadas por estas licitadoras, se procedió a realizar una segunda solicitud, a todas ellas, con el fin de recabar una justificación técnica y económica detallada. Dicha solicitud debía incluir: desglose de costes, metodología de cálculo, condiciones específicas del mercado, ventajas competitivas y documentación acreditativa que permitiera una adecuada valoración de la viabilidad de la oferta presentada, garantizando la transparencia, la objetividad y la suficiencia informativa en el proceso de análisis.

Transcurrido el plazo para la presentación de dicha aclaración, se señala lo siguiente:

FULLMEDIA no ha realizado ninguna aclaración ulterior al respecto, tal y como le fue solicitado, por lo que se mantiene el criterio de que su oferta debe considerarse inviable económicamente y debe ser excluida del procedimiento por incurrir en una presunción de baja temeraria no justificada.


M&C SAATCHI, a la vista de la citada solicitud de aclaración la referida entidad señala que:

Una vez dicho esto procedemos a exponerles la solicitud de aclaraciones:

1.- Desglose de costes que permita entender cómo se alcanza el nivel de comisión de agencia ofertado.

Según nuestra estructura de costes para la realización del servicio sería:

(...)

Puede verificar la integridad 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	FERNADO FORT GALLEG0	30/10/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmGKESJ2HTFYWQYEJJBVEKN82LR	PÁG. 4/12	



10.955,56

* Duracion Contrato Total Coste Pliego 17.644,62

Ahorro 6.689,06

1. Menor base de cálculo al haber reducido los costes indirectos.
2. Acuerdos preferenciales con medios, que permiten aplicar descuentos.
3. Beneficio industrial, se reduce al 4% del 6 % indicado en el pliego.

El importe calculado es el 4,35 % sobre el presupuesto base.

2.- Metodología de cálculo utilizado para determinar las comisiones ofertadas.

Las mismas están calculadas en base al análisis de los costes reales de ejecución, así como el beneficio calculado en base a las condiciones comerciales y de Extraprimas con las que contamos.

3.- Condiciones específicas del mercado o acuerdos comerciales que justifiquen los precios propuestos.

Volcamos las mismas en un ejercicio basado en el supuesto de la campaña de FP que sería la única de la que se tienen datos de inversión.

En M&C Saatchi Madrid, S.L., al margen de las condiciones económicas que cerramos con los distintos exclusivistas en cada campaña, contamos con otro tipo de ingresos Extraprimas o bien cursando directamente las campañas o bien cursando a través de Centrales (LPF) que nos ofrecen unas determinadas condiciones por volumen global de compra, en base a ello y según la remuneración de extraprima alcanzada optamos por una u otra vía.

Como podrán comprobar en el ejercicio desarrollado posteriormente el beneficio real de la ejecución del supuesto realizado para la campaña de FP estaría en un 9,49%.

Margen que cubriría de sobra el 7% previsto en el pliego como Servicio de Agencia.

4.- Ventajas competitivas que permitan ofrecer dichos precios sin comprometer la calidad del servicio.

Nuestras condiciones comerciales, Extraprimas, fuentes y herramientas.

5.- Documentación acreditativa que respalde las afirmaciones anteriores (contratos, tarifas, estudios de mercado, rappels etc.).

Se adjuntan condiciones de Extraprimas, y comerciales volcadas en el ejercicio.

Extraprimas (...)

Tanto las cartas de Extraprima como las condiciones comerciales forman parte del secreto profesional de la compañía por lo que sólo se admite su uso para la justificación de la baja temeraria, en ningún caso se podrán hacer públicas por el perjuicio relativo al desvelo del secreto profesional supondrían.

Siguiendo nuestra metodología de trabajo a la hora de preparar la documentación económica en las licitaciones, previamente desde M&C SAATCHI MADRID, S.L., realizamos un análisis detallado del trabajo, tareas y requisitos de la licitación, posteriormente procedemos a confeccionar una propuesta económica en base a lo solicitado en la licitación con los costes que realmente podemos 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.

Una vez analizadas las especificaciones, necesidades y ámbitos procedemos a realizar el ejercicio de planificación de las distintas campañas.

Para ello contamos con nuestra Herramienta Propia (...)

Puede verificar la integridad 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	30/10/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmGKESJ2HTFYWQYEJJBVEKN82LR	PÁG. 5/12	



Como se establece en el Pliego no se definen el número de campañas ni inversiones de las mismas, podemos contemplar que la rentabilidad Global de la cuenta estará entre el 8% y el 10%, cifra que cubre de sobra el 7% previsto como Servicio de Agencia y el 3,50% sobre el mismo que fija la baja anormal.

Conclusión

Presentamos una propuesta optimizada y absolutamente viable en la ejecución y obteniendo un beneficio industrial coherente.

Soluciones técnicas adoptadas y condiciones excepcionalmente favorables.

Les enviamos un dossier de nuestra metodología, fuentes y herramientas tanto de mercado como propias, que nos permiten una optimización en los sistemas de trabajos internos, en la optimización (maximización) 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.

Resumiendo, como justificación de nuestra oferta, hemos presentado:

- Ejercicio de planificación, en el mismo donde se justifica y optimiza perfectamente la ejecución respecto a los parámetros definidos en la PPT y en La Memoria.
- Indicamos igualmente los costes del ejercicio planteado, que sirven de justificación de la viabilidad de la misma. (se ruega y solicita confidencialidad respecto a este/os apartado/s).
- Como Anexo I, Extraprimas y acuerdos comerciales.
- Como Anexo II, Dossier de nuestra metodología, fuentes y herramientas de mercado y herramientas propias.

A continuación, se valoran los principales argumentos presentados:

1. Modelo de negocio sin comisión directa. Saatchi ha explicado que su modelo de negocio se basa en acuerdos previos con medios de comunicación, lo que le permite operar sin aplicar comisión directa sobre la inversión publicitaria. Esta estructura, habitual en determinados entornos internacionales, permite optimizar los recursos del cliente sin comprometer la calidad del servicio.
2. Viabilidad económica respaldada por extra primas. La entidad ha detallado que su sostenibilidad económica no depende de la comisión aplicada al cliente, sino de las extra primas que recibe directamente de los medios por volumen de inversión o por acuerdos comerciales consolidados. Estas extra primas, que no repercuten en el coste final para la Administración, permiten a Saatchi cubrir sus costes operativos y obtener rentabilidad, sin comprometer la transparencia ni la trazabilidad de la inversión.
3. Compromiso de trazabilidad y transparencia. Saatchi ha incluido un compromiso explícito de trazabilidad en la gestión de medios, garantizando que los importes destinados a inversión publicitaria serán íntegramente aplicados a tal fin, sin desviaciones ni costes ocultos. Asimismo, se ha comprometido a informar sobre las condiciones de contratación con los medios, incluyendo las extra primas, en caso de requerimiento por parte del órgano contratante.
4. Solvencia técnica y experiencia acreditada. La entidad ha aportado referencias de campañas anteriores, tanto en el ámbito público como privado, en las que ha aplicado condiciones similares. Además, ha presentado documentación que acredita su capacidad técnica y operativa para asumir el proyecto con garantías.
5. Sostenibilidad del modelo. A través de la documentación financiera y comercial aportada, se ha demostrado que el modelo propuesto es sostenible y no compromete la ejecución del contrato ni la calidad del servicio.

Puede verificar la integridad 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	30/10/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmGKESJ2HTFYWQYEJJBVEKN82LR	PÁG. 6/12	



Conclusión: A la vista de los elementos expuestos, y conforme a lo establecido en la normativa vigente sobre contratación pública y ofertas anormalmente bajas, se considera que la entidad Saatchi ha justificado de forma suficiente y razonada la viabilidad económica de su oferta, incluyendo la explicación sobre las extra primas como fuente legítima de ingresos.

Por tanto, se da por buena la justificación presentada, y la oferta no debe ser considerada anormalmente baja.

NF AGENCIA DE MEDIOS INDEPENDIENTE. Tras el análisis de la documentación presentada por la entidad NF Agencia de Medios Independiente, y habiéndosele otorgado un nuevo trámite de aclaración adicional respecto a la aparente anomalía de su oferta, se constata que la entidad ha reiterado los argumentos ya expuestos en su primera comunicación, sin aportar elementos nuevos ni suficientes que permitan considerar debidamente justificada la comisión establecida al 0%. En consecuencia, y conforme a lo establecido en la normativa aplicable sobre ofertas anormalmente bajas, se determina que la entidad NF Agencia de Medios Independiente no ha justificado adecuadamente su oferta. En consecuencia, y conforme a lo establecido en la normativa vigente sobre contratación pública, su oferta continúa siendo considerada anormal, al no haberse acreditado de forma suficiente la viabilidad económica de la misma.

EXCLUSIÓN POR FALTA DE JUSTIFICACIÓN DE OFERTA ANORMALMENTE BAJA – LOTE 2

En virtud de todo lo anterior, y conforme a lo dispuesto en el artículo 149.4 de la Ley de Contratos del Sector Público, se considera que las ofertas presentadas por:

- FULLMEDIA ANDALUCIA SOCIEDAD LIMITADA.
- NF AGENCIA DE MEDIOS INDEPENDIENTE, S.L.U.

para el Lote 2 del expediente CONTR 2025/312255 no han sido suficientemente justificadas, por lo que no se pueden considerar viables. En consecuencia, se excluyen dichas ofertas del procedimiento de licitación, continuando este únicamente con aquellas propuestas que sí han acreditado adecuadamente la viabilidad económica de su oferta:

1. MEDIA SAPIENS SPAIN, S.L.

2. M&C SAATCHI MADRID SL

Por tanto, una vez excluidas las referidas empresas, la valoración relativa al criterio recogido en el **Apartado 8.B) 1. Proposición Económica** es la siguiente:

1. Proposición económica (lote 2)	Saatchi		Media Sapiens	
	Total	38,7799	Total	37,5131
SOPORTE	RFi	Puntuación	RFi	Puntuación
Fijación. Mupi estándar (1,76x1,20). Poblaciones de más de 500.000 habitantes. 1 semana.				
Clear Channel	60,00	1,0800	60,00	1,0800

Puede verificar la integridad 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	FERNADO FORT GALLEG0	30/10/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmGKESJ2HTFYWQYEJJBVEKN82LR	PÁG. 7/12	



JCDecaux	65,00	1,0800	65,00	1,0800
Exterior Plus	60,00	1,0800	60,00	1,0800
Vistahermosa	65,00	0,9200	65,00	0,9200
Otros exclusivistas	0,01	0,0400	70,00	0,0000
Fijación. Mupi estándar (1,76x1,20). Poblaciones de entre 150.000 y 499.999 habitantes. 1 semana.				
Clear Channel	55,00	1,0400	55,00	1,0400
JCDecaux	65,00	1,0400	65,00	1,0400
Otros exclusivistas	0,01	0,0200	70,00	0,0000
Fijación. Mupi estándar (1,76x1,20). Poblaciones de entre 100.000 y 149.999 habitantes. 1 semana.				
GMG	60,00	0,4900	90,00	0,3267
Actividad Pública	75,00	0,4900	75,00	0,4900
Clear Channel	55,00	0,4900	55,00	0,4900
Tumedio	75,00	0,4900	75,00	0,4900
JCDecaux	65,00	0,4900	65,00	0,4900
Exterior Plus	60,00	0,4900	60,00	0,4900
Otros exclusivistas	0,01	0,0700	80,00	0,0000
Fijación. Mupi estándar (1,76x1,20). Poblaciones de entre 50.000 y 99.999 habitantes. 1 semana.				
Publialmería	60,00	0,3000	60,00	0,3000
Exterior Plus	60,00	0,3000	60,00	0,3000
Clear Channel	55,00	0,3000	55,00	0,3000
GMG	60,00	0,3000	90,00	0,2000
Los Pregoneros	60,00	0,3000	85,00	0,2118
Zercana	55,00	0,3000	75,00	0,2200
Otros exclusivistas	0,01	0,0600	80,00	0,0000
Fijación. Mupi estándar (1,76x1,20). Poblaciones de menos de 49.999 habitantes. 1 semana.				
GMG	60,00	0,3000	90,00	0,2000
Actividad Pública	75,00	0,3000	75,00	0,3000
Equipublic	75,00	0,2400	60,00	0,3000
Otros exclusivistas	0,01	0,0300	80,00	0,0000
Mupis digitales en calle. ciudades de más de 500.000 habitantes				
Clear Channel	180,00	0,4600	180,00	0,4600
JCDecaux	180,00	0,4600	180,00	0,4600
Vistahermosa	180,00	0,3000	180,00	0,3000
Otros exclusivistas	0,01	0,0400	150,00	0,0000
Mupis digitales en calle. ciudades de menos de 500.000 habitantes				
Clear Channel	160,00	0,9200	160,00	0,9200
JCDecaux	170,00	0,9200	170,00	0,9200
Otros exclusivistas	0,01	0,0200	150,00	0,0000
Mupis digitales en estaciones de metro, ferrocarril... poblaciones de más de 500.000 habitantes				
Global	135,00	0,6000	135,00	0,6000
Otros exclusivistas	0,01	0,0200	140,00	0,0000

Puede verificar la integridad 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	30/10/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmGKESJ2HTFYWQYEJJBVEKN82LR	PÁG. 8/12	



Mupis digitales en estaciones de metro, ferrocarril... poblaciones de menos de 500.000 habitantes				
Global	135,00	0,6000	135,00	0,6000
Otros exclusivistas	0,01	0,0200	140,00	0,0000
Mupis digitales Indoor. Poblaciones de más de 500.000 habitantes				
Clear Channel	70,00	0,3000	70,00	0,3000
JCDecaux	110,00	0,3000	110,00	0,3000
Exterior Plus	35,00	0,3000	35,00	0,3000
Iwall	30,00	0,3000	30,00	0,3000
Tumedio	45,00	0,3000	45,00	0,3000
014 Media	85,00	0,3000	85,00	0,3000
Otros exclusivistas	0,01	0,0600	70,00	0,0000
Mupis digitales Indoor. Poblaciones de menos de 500.000 habitantes				
Clear Channel	70,00	0,3000	70,00	0,3000
Exterior Plus	35,00	0,3000	35,00	0,3000
Iwall	27,00	0,3000	27,00	0,3000
014 Media	85,00	0,3000	85,00	0,3000
Otros exclusivistas	0,01	0,0400	70,00	0,0000
Autobuses. Trasera integral + Lateral gran formato. Poblaciones de mas de 500.000 Hab. Producción + fijación 1 mes				
Promedios	3088,08	1,2000	3370,00	1,0996
Otros exclusivistas	0,01	0,0600	2800,00	0,0000
Autobuses. Trasera integral + Lateral gran formato. Poblaciones entre 100.000 y 499.999 hab. Producción + fijación 1 mes				
Promedios	3088,08	0,3000	3251,00	0,2850
Global	2148,00	0,3000	2148,00	0,3000
Jurado	2050,00	0,3000	2050,00	0,3000
JCDecaux	1886,00	0,3000	1886,00	0,3000
Publicesa	1598,75	0,2999	1598,25	0,3000
Géminis Publicidad	1300,00	0,3000	1300,00	0,3000
RB Formas	2400,00	0,3000	2400,00	0,3000
Otros exclusivistas	0,01	0,0800	2300,00	0,0000
Autobuses. Trasera integral + Lateral gran formato. Líneas interurbanas: producción + Fijación 1 mes				
Zercana	1300,00	0,2900	1300,00	0,2900
Global	2148,00	0,2900	2148,00	0,2900
Guadalmedia	800,00	0,2900	800,00	0,2900
Otros exclusivistas	0,01	0,0300	1500,00	0,0000
Fijación. Valla publicitaria (8x3). Poblaciones de Andalucía. 1 catorcena.				
Espacio Publicidad	72,00	0,3000	72,00	0,3000
Global	70,10	0,3000	70,10	0,3000
Alpha Publicidad	60,00	0,3000	60,00	0,3000
Avenir	130,00	0,3000	130,00	0,3000

Puede verificar la integridad 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	30/10/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmGKESJ2HTFYWQYEJJBVEKN82LR	PÁG. 9/12	



Otros exclusivistas	0,01	0,0400	100,00	0,0000
Producción mupis estándar. De 0 a 400 Unides.				
Producción mupis estándar. De 0 a 400 Unides.	3,25	1,9000	3,25	1,9000
Producción mupis estándar. De 401 en adelante Unides.				
Producción mupis estándar. De 401 en adelante Unides.	2,75	1,8500	2,75	1,8500
Producción vallas. De 0 a 400 Unides.				
Producción vallas. De 0 a 400 Unides.	25,00	1,8500	25,00	1,8500
Producción vallas. De 401 en adelante Unides.				
Producción vallas. De 401 en adelante Unides.	21,00	1,8500	21,00	1,8500
Tranvía urbano. Producción + Fijación 1 mes (1 Unid)				
Guadalmedia	8085,00	1,2000	8085,00	1,2000
Otros exclusivistas	0,01	0,0500	15000,00	0,0000

Salas de cine en poblaciones de más de 500.000 habitantes y sus áreas metropolitanas.				
014 Media	30,00	1,4500	30,00	1,4500
Moviedis	24,00	1,4500	24,00	1,4500
Otros exclusivistas	0,01	0,1000	0,01	0,1000

Salas de cine en poblaciones de hasta 500.000 habitantes				
014 Media	30,00	0,9500	30,00	0,9500
Moviedis	25,00	0,9500	25,00	0,9500
Otros Exclusivistas	0,01	0,1000	0,01	0,1000

	Saat-chi		Media Sapiens	
	0,00	0,0000	0,00	0,0000
Comisión para todas aquellas inserciones con tarifa oficial publicada. Se valorará con un Máx. de 2 puntos.	0,00	2,0000	3,50	1,0000
Comisión para aquella inserción puntual que no disponga de tarifa oficial o no recogido en los apartados anteriores. Se valorará con un Máx. de 1 punto.	0,00	1,0000	3,50	0,5000

Continúa, por tanto, la valoración de las ofertas que prosiguen en la licitación, en lo relacionado con lo establecido en el PCAP Apartado 8.B) **2.- Otros Criterios evaluables mediante fórmula distintos a los de la proposición económica.**

Puede verificar la integridad 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	30/10/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmGKESJ2HTFYWQYEJJBVEKN82LR	PÁG. 10/12	



2. Otros Criterios evaluables (lote 2)	Saatchi		Media Sapiens	
	Total	5	Total	5
Se valorará con un máximo de 4 puntos el tiempo máximo de respuesta para presentar planes de medios	¿Se acepta?	Puntos Vi	¿Se acepta?	Puntos Vi
	24h	4	24h	4
Compromiso de creación de un CUADRO DE MANDOS para la entidad proponente del pliego	¿Se acepta?	Puntos Vi	¿Se acepta?	Puntos Vi
	Sí	1	Sí	1

Así como con la valoración de las mejoras, establecidas el Apartado 8.B) 3.- Mejoras.

3. Mejoras (lote 2)	Saatchi		Media Sapiens	
	Total	1,00	Total	1,00
Reducción del plazo máximo indicado (40 días naturales)	¿Se acepta?	Puntos Vi	¿Se acepta?	Puntos Vi
	15 días	1,00	15 días	1,00

Resumen criterios económicos:

RESUMEN Criterios de adjudicación valorados mediante la aplicación de fórmulas	Saatchi		Media Sapiens	
	Total	44,78	Total	43,51
1. Proposición económica (lote 2)	Puntos	38,78	Puntos	37,51
2. Otros Criterios evaluables (lote 2)	Puntos	5,00	Puntos	5,00
3. Mejoras (lote 2)	Puntos	1,00	Puntos	1,00

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:

Puede verificar la integridad 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	30/10/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmGKESJ2HTFYWQYEJJBVEKN82LR	PÁG. 11/12	



RESUMEN global de licitación	Saatchi		Media Sapiens	
	Total	82,78	Total	64,01
Criterios de Adjudicación valorados mediante un juicio de valor	Puntos	38,00	Puntos	20,50
Criterios de adjudicación valorados mediante la aplicación de fórmulas	Puntos	44,78	Puntos	43,51
	Máx puntuación			-

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

**EL JEFE DE SERVICIO DE INSPECCIÓN
DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

Puede verificar la integridad 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	FERNADO FORT GALLEGO	30/10/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmGKESJ2HTFYWQYEJJBVEKN82LR	PÁG. 12/12	