

**Ref.: Agencia de Comunicación**  
**Expediente: 4/2025 CM**

**CONTRATO DE SERVICIOS DE AGENCIA DE COMUNICACIÓN PARA MADRID  
CULTURA Y TURISMO, SAU.**

**INFORME TÉCNICO SOBRE LA DOCUMENTACIÓN PRESENTADA AL  
REQUERIMIENTO DE INFORMACIÓN POR OFERTA CON VALORES  
ANORMALMENTE BAJOS O DESPROPORCIONADOS PRESENTADA POR  
LAS EMPRESA PLANNING STRATEGY AND GROWTH S.L. LOTE 1 Y LA  
EMPRESA COMUNICA MEDIATRADER, S.L.U. LOTE 5.**

El presente informe analiza la justificación de la viabilidad de las ofertas presentada por las empresas PLANNING STRATEGY AND GROWTH S.L. para el Lote 1 y la empresa COMUNICA MEDIATRADER SLU para el Lote 5, incursas en presunción de anormalidad o desproporción de conformidad con lo estipulado en el art. 85 del Real Decreto 1098/2001, de 12 de octubre, por el que se aprueba el Reglamento General de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas y en el apartado 9º de la cláusula primera del PCAP del contrato objeto de licitación.

**1. INFORMACIÓN PREVIA. ANTECEDENTES**

El 13 de enero de 2026 se procedió a la apertura de las ofertas económicas del citado procedimiento abierto, resultando la presentada por las licitadoras incurso en presunción de anormalidad o desproporción, de acuerdo con lo establecido en el art. 149.4 de la Ley 9/2017 del Contratos del sector Público, de 8 de noviembre, en relación con en el art. 85 el Reglamento General de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas. Se procede en consecuencia a dar la preceptiva audiencia a las interesadas de acuerdo con lo previsto en el apartado 4 del citado artículo 149, a fin de que justifique la valoración de la oferta y precise las condiciones de la misma.

PLANNING STRATEGY AND GROWTH S.L. remitió contestación al requerimiento efectuado en tal sentido mediante escrito fechado el 19 de enero de 2026 para el lote 1. En la contestación se ratifica en la integralidad de la oferta, justificando la misma en el desglose de precio en base al Convenio Colectivo del sector de empresas de publicidad y sus posteriores actualizaciones. Este informe tiene como objeto la valoración de dicha contestación.

COMUNICA MEDIATRADER SLU remitió contestación al requerimiento efectuado en tal sentido mediante escrito fechado el 19 de enero de 2026 para el lote 5. En la contestación se ratifica en la integralidad de la oferta, justificando la misma en el desglose de precio en base al Convenio Colectivo del sector de empresas de publicidad y sus posteriores actualizaciones. Este informe tiene como objeto la valoración de dicha contestación.

## 2. ANALISIS DE LA JUSTIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS.

La contestación de la empresa PLANNING STRATEGY AND GROWTH S.L. incluye la solvencia técnica y económica como garantía para justificar el precio, si bien, en este momento del proceso administrativo, no es momento de valorar ese punto por lo que no se ha tenido en cuenta. La empresa argumenta desde el punto de vista jurídico diferentes pronunciamientos de distintos tribunales sobre la aceptación o el rechazo de una oferta trayendo a colación el interés público. Este tipo de argumentaciones tampoco se han apreciado, pues este informe únicamente valora cómo ha llegado la empresa al coste que ofrece.

Es en el punto 2.1 donde la empresa entra en el tema objeto de este informe. En este sentido, la empresa indica que ha tenido en cuenta las tablas y su correspondiente actualización del convenio colectivo del sector de empresas de publicidad, incorporando a la cifra, el 4% de la actualización de tablas para 2026. La baja desproporcionada propuesta, que afecta a coste de personal, es compensada con lo que denomina un “fondo anual” creado expresamente para acciones estratégicas, que absorbe dicho coste de personal (analizando las cuentas de 2024, entendemos que este fondo anual al que aluden corresponde a las reservas voluntarias incorporadas a los Fondos Propios. En el balance de 2024 no hay constituida provisión por contingencias).

En cuanto al descuento del clipping, la empresa aporta el presupuesto de una segunda empresa para justificar la bajada (Documento 3). Para revisar esta información se hace necesario acudir al PPT en concreto al punto 5. Servicio de clipping Servicio de seguimiento de noticias en medios (clipping de prensa) con entrega resumen diaria de **todo** lo publicado en prensa **en medios escritos (impresos e internet) y audiovisuales**.

La revisión del presupuesto aportado por la empresa indica un coste total mensual de **83€/mes para el clipping de medios impresos y digitales**. En ese mismo presupuesto, se indica que **el seguimiento audiovisual puntual tiene una tarifa de 145 €/ 3 días, extrapolando el dato, el coste mensual del servicio es de 1.450€/mes** y los cortes audiovisuales bajo demanda, 30€/corte solicitado, mientras que **se solicitan (véase PPT) todos los que se emitan en el mes**. Por lo tanto, la cantidad ofertada por PLANNING STRATEGY AND GROWTH S.L de 1.000 €/mes **no cubre el importe del trabajo solicitado en la licitación**: resumen diario de todo lo publicado en prensa **en todos los medios** (escritos, digitales y audiovisuales).

A continuación, vuelve a hacer mención de resoluciones de tribunales que no se han tenido en cuenta.

La empresa pasa a desglosar un ahorro derivado de procedimientos y metodologías de ejecución que le permiten optimizar recursos y reducir costes, aunque no desglosa económicamente en qué consiste esta reducción y es difícil poder evaluar su impacto en la bajada económica. En este mismo sentido, podemos calificar las soluciones técnicas adoptadas y las condiciones excepcionalmente favorables de las que dispone la empresa para prestar el servicio, así como la innovación y originalidad de las soluciones propuestas en la prestación de los servicios. No se duda de esta eficacia ni de las soluciones aportadas que, sin duda, deben incidir en los costes, pero no se cuantifica en qué medida afecta a esta bajada dichas soluciones.

La empresa acredita que cumple con las obligaciones medioambientales, sociales o laborales. Igualmente, no se duda en ningún caso del cumplimiento de la legislación vigente por parte de la empresa, por lo que este punto tampoco puede valorarse en este informe. Lo mismo para las mejoras en cuanto a la flexibilidad horaria.

La empresa acredita que no recibe ayuda del Estado para realizar los trabajos y, finalmente, acaba trayendo a colación nuevas sentencias y resoluciones que no se han tenido en cuenta.

La contestación de la empresa COMUNICA MEDIATRADER SLU se inicia con la declaración de que se acogen al Convenio colectivo de agencias de publicidad y a sus sucesivas actualizaciones hasta 2025. Incluyendo un ANEXO 1 donde se recogen los costes y márgenes correspondientes a los perfiles incluidos en el PPT, contemplando los costes laborales, los costes directos e indirectos, así como el

beneficio industrial aplicado. La dedicación mensual estimada por la empresa para cada uno de los agentes, con los salarios según convenio justifican el precio/hora/hombre propuesto. Por otra parte, en el apartado 2 donde se refiere a la estructura operativa y soluciones técnicas, en el punto 2 se refiere a que disponen de licencias globales corporativas de monitorización por lo que el coste de clipping es residual porque ya lo están asumiendo.

La empresa aporta una serie de mejoras técnicas que, aunque seguro que redundan en la mejora económica, no queda acreditada la traducción en el coste económico, incluso cuando argumenta que tiene sede física en Madrid (como otras empresas presentadas a la licitación, por otra parte). Es pertinente, en el epígrafe 3, titulado Innovación y originalidad lo que se refiere a la integración de Inteligencia Artificial (IA) pues refiere que los tiempos de ejecución de la fase inicial de evaluación se reducen un 30%. El resto de propuestas innovadoras no queda claro cómo redundarían en el precio.

La empresa refiere que cumple con las obligaciones legales, sociales, laborales y medioambientales, como no podía ser de otra forma. Finaliza el informe como la mención de que no recibe ayudas del estado.

El ANEXO 2 por su parte acredita la solvencia que no es este el momento administrativo para valorar dicho ANEXO.

### 3. CONCLUSIONES

En la documentación aportada por la empresa PLANNING STRATEGY AND GROWTH S.L. se considera que no queda garantizada la viabilidad de la ejecución del servicio según la documentación aportada. Los elementos que nos permiten justificar la normalidad de la baja no quedan suficientemente acreditados en lo referente al clipping, ya que, del presupuesto aportado de la plataforma Pressclipping, se deduce que la cantidad ofertada cubriría el clipping mensual de medios impresos y digitales, pero no el 100% de los costes de audiovisual como se pide en el punto 5 del PPT.

En la documentación aportada por la empresa COMUNICA MEDIATRADER SLU se considera que queda garantizada la viabilidad de la ejecución del servicio según la documentación aportada en la bajada en cuanto a los costes del personal como al clipping.

A la vista de lo anterior y de conformidad con lo previsto en el art. 149.4 de la Ley 9/2017 de Contratos del sector público, de 8 de noviembre, se considera que la empresa licitadora al LOTE 1 PLANNING STRATEGY AND GROWTH S.L. No ha aportado una justificación suficiente que acredite poder llevar a cabo el servicio de que es objeto el presente contrato. La empresa COMUNICA MEDIATRADER SLU sí ha aportado la justificación necesaria para justificar la bajada en su oferta.

Madrid a 3 de febrero de 2026

Comité de expertos formado por:

-María Jesús Cabrera Bravo, Servicio de Difusión y Comunicación. Subdirección General de Bellas Artes (Dirección General de Cultura e Industrias Creativas) de la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte de la Comunidad de Madrid

-Alicia Nieto Fernández, Subdirección General de Bellas Artes (Dirección General de Cultura e Industrias Creativas) de la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte de la Comunidad de Madrid

-Pablo Martínez Martín, Técnico de Prensa de la Dirección General de Medios de la Consejería de Presidencia de la Comunidad de Madrid