



Comanda de serveis d'inserció de publicitat institucional en mitjans de comunicació

Expedient: ACJ-2023-43
Procediment: Concreció de condicions
Objecte: Servei d'inserció de publicitat institucional als mitjans de comunicació d'una campanya de publicitat informativa sobre la primera convocatòria del programa Vacances en família 2024.
Termini d'execució: Del 27 de novembre a l'11 de desembre 2023

S'adjunta a aquesta comanda un brífung de mitjans amb la planificació de les insercions, i un annex amb la valoració econòmica que han de presentar cada agència de mitjans.



Servei d'inserció de publicitat institucional a mitjans de comunicació de la campanya informativa sobre el programa Vacances en família (1a convocatòria 2024)

Brífig de mitjans

1. Missatges i objectiu de la inserció als mitjans

El programa Vacances en família, està adreçat a totes les famílies catalanes amb fills i filles menors d'edat (0 a 17 anys) amb l'objectiu de potenciar el lleure familiar compartit entès com una pràctica educativa, i afavorir alhora la convivència dels membres de la unitat familiar i amb la resta de famílies participants.

La iniciativa es desenvolupa a la Xarxa Jove d'albergs de Catalunya (Xanascot) en torns de gener a desembre 2024 i compta amb més de 15 anys d'experiència.

Enguany, les preinscripcions per participar en la primera convocatòria del programa (torns de gener a juny 2024) **comença el 27 de novembre i finalitza l'11 de desembre de 2023**. El 13 de desembre es realitzarà el sorteig davant notari. Aquest és un programa subvencionat que comporta la necessitat que la ciutadania el conegui i el pugui gaudir amb la suficient antelació i en igualtat de condicions.

L'objectiu principal de la campanya és informar sobre el nou període de preinscripcions, així com l'oferta del programa Vacances en família – primera convocatòria 2024: albergs, dates disponibles i les noves tarifes per tal d'assolir i augmentar el número de preinscripcions dels últims anys.

Per difondre el nou període de preinscripcions, així com les tipologies, dates i informació del programa, en general, s'ha creat una imatge publicitària, i una falca de 20" per emetre a diverses emissores de ràdio catalanes.

2. Públic objectiu

El programa va dirigit a famílies residents a Catalunya amb fills menors de 18 anys.

3. Període de les insercions

L'inici de la campanya i per tant de les insercions hauria de ser el 27 de novembre i acabaria l'11 de desembre, dia en que finalitzen les preinscripcions al programa.

4. Pressupost

El pressupost màxim per a aquestes insercions és de 30.000,00 €, IVA exclòs (l'import amb l'IVA inclòs és de 36.300,00 €) .

5. Detall de les insercions



El detall concret dels suports i formats d'inserció es detalla a l'excel annex que acompanya l'oferta econòmica.

Cal tenir en compte que en el cas del digital la **segmentació és a 3 nivells**: famílies de Catalunya amb fills menors de 18 anys i interessos en oci i lleure.

6. Presentació i valoració de les ofertes

Documentació a presentar

- a) **Una declaració responsable** signada conforme es mantenen les condicions inicials de capacitat, solvència i representació que es van acreditar en el procediment per a l'adjudicació de l'Acord marc o la classificació empresarial opcional.
- b) El **model de proposició econòmica** omplert i signat.
- c) L'**Excel de la proposició econòmica desglossada** omplert i signat. Es tracta de l'oferta detallada de preus unitaris (preus o costos nets, descomptes, recàrrecs i comissions d'agència).

Participació en la licitació

D'acord amb la clàusula quaranta-dosena del plec de clàusules administratives particulars de l'Acord marc, **la no participació, sense causa justificada, en més de 5 invitacions als procediments basats és causa de resolució de l'Acord marc.** La justificació de la impossibilitat de participar en el procediment basat es realitzarà mitjançant **la presentació de l'escrit pertinent davant l'òrgan de contractació**. No es podrà al·legar com a causa justificada per no participar qualsevol circumstància que pugui donar lloc a la resolució de l'Acord Marc, en aplicació de les causes previstes en l'article 211 de la LCSP.

Criteris d'adjudicació

El contracte s'adjudicarà a preus unitaris ja que aquesta concreció de condicions es basa únicament en el servei d'insercions en uns suports determinats prèviament definits, sense necessitat d'uns serveis d'anàlisi prèvia ni de planificació estratègica, i la distribució concreta de mitjans, suports i període de les insercions es farà en funció de les necessitats de comunicació.

A tal efecte els preus d'adjudicació seran els oferts per a cadascun dels suports i formats per l'empresa que resulti adjudicatària.

Caldrà oferir per a cadascun dels suports i formats requerits una oferta optimitzada que, per les característiques específiques i els paràmetres de negociació propis de cada mitjà o suport, consistirà en un preu o cost net, un descompte o un recàrrec. El



percentatge de la comissió d'agència per a cada mitjà també formarà part de l'oferta econòmica i s'haurà d'especificar a banda, de manera que en el model hi haurà una casella específica per detallar el percentatge de la comissió d'agència a aplicar.

En tot cas, les ofertes presentades hauran de respectar les condicions econòmiques adjudicades i l'establert a la clàusula tercera del Plec de prescripcions tècniques de l'Acord marc. Per poder comprovar que es respecten les condicions en qüestió, a l'excel annex també es demana a les empreses que especifiquin els preus o costos, descomptes, recàrrecs i comissió d'agència homologades en l'expedient de l'Acord Marc EC-2022-32.

La valoració de les propostes es farà mitjançant criteris de valoració automàtica.

Es valoraran els diversos preus unitaris detallats i també es valorarà la comissió d'agència per a formats convencionals. Amb un màxim de 100 punts es puntuaran les ofertes presentades per les empreses licitadores comparant-les entre elles, amb la finalitat de seleccionar la més avantatjosa econòmicament.

A l'hora de fer la valoració de les propostes, es compararan els preus unitaris oferts per les empreses licitadores amb el preu unitari més avantatjós econòmicament i a partir d'aquí la puntuació màxima s'atorgarà a aquelles propostes que ofereixin la millor oferta optimitzada per a cadascun dels mitjans (menor preu o cost, major descompte, menor recàrrec o menor comissió d'agència). La resta d'ofertes obtindran menys puntuació, en proporció a l'augment de l'oferta respectiva.

Cadascun dels apartats de l'oferta econòmica es valorarà per separat, aplicant la fórmula que correspongui en cada cas, i el desglossament de la puntuació per suport i format es detalla a l'annex.

Quan es valorin preus o costos nets resultants la fórmula per calcular la puntuació és:

$$\text{Puntuació} = \frac{(\text{Puntuació màxima}) \times (\text{preu o cost net per inserció més baix})}{(\text{Preu o cost net per inserció que es puntua})}$$

Pel que fa referència a la valoració dels costos tecnològics, les propostes que ofereixin un valor de 0 €, donada la impossibilitat d'aplicar la fórmula anterior, rebran la màxima puntuació. La resta d'ofertes obtindran una puntuació de 0.

Quan es valorin descomptes la fórmula per calcular la puntuació és:

$$\text{Puntuació} = \frac{(\text{Puntuació màxima}) \times (1 - \text{el descompte més alt})}{(1 - \text{el descompte que es puntua})}$$

Quan es valori el recàrrec o la comissió d'agència (formats convencionals) la fórmula per calcular la puntuació és:

$$\text{Puntuació} = \frac{(\text{Puntuació màxima}) \times (1 + \text{el recàrrec o la comissió més baixa})}{(1 + \text{el recàrrec o la comissió que es puntua})}$$

D'acord amb allò que s'estableix a la clàusula trenta-unena del plec de clàusules administratives



particulars de l'Acord marc, en el cas que es donés un empat entre les ofertes presentades es requerirà a les empreses licitadores una nova proposta. En cas de persistir l'empat, es donarà com a guanyadora la que hagi arribat abans de forma constatable a través de la data i hora de presentació de la nova proposta.