

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

Expedient:
Procediment: Concreció de condicions
Objecte: Servei d'inserció de publicitat institucional a mitjans digitals i xarxes socials de la convocatòria 2024 del Pla Serra Húnter.
Termini d'execució: Fins a 31 de desembre.

S'adjunta a aquesta comanda un brífung de mitjans amb la planificació de les insercions.

Josep Ribas Seix  
Barcelona, 28 de maig de 2024

Servei d'inserció de publicitat institucional als mitjans de comunicació per a la difusió de la convocatòria 2024 del Pla Serra Húnter.

## Brífung de mitjans

---

### 1. Missatges i objectiu de la inserció als mitjans

El Pla Serra Húnter és un programa d'excel·lència acadèmica de la Generalitat de Catalunya, desenvolupat amb el conjunt de les universitats públiques catalanes, per a la selecció de personal docent i investigador contractat d'acord amb mèrits homologables als dels estàndards internacionals.

El Pla Serra Húnter es desenvolupa en dues branques; el PSH General que té per objecte la contractació d'acord amb estàndards internacionals de personal docent i investigador d'excel·lència i el PSH Sènior que té per objecte la contractació de personal docent i investigador procedent d'institucions estrangeres amb una capacitat de lideratge i experiència acadèmica internacional d'alt nivell.

L'objectiu d'aquesta campanya de publicitat és difondre la convocatòria per al 2024 de noves places de personal docent i investigador per a les universitats catalanes a través del Pla Serra Húnter, la informació del qual està disponible a <https://serrahunter.gencat.cat/ca/inici>

Per difondre aquesta informació es preveu la inserció d'anuncis al mitjà digital i a xarxes socials. Així com la creació de les creativitats necessàries per du a terme aquesta difusió.

### 2. Públic objectiu

#### Pla Serra Húnter General

El públic objectiu de la campanya són persones de qualsevol nacionalitat que disposin del títol de doctor/a, per tal que puguin incorporar-se a les universitats catalanes com a professorat lector i agregat. Per a la selecció del públic objectiu, cal considerar les indicacions següents:

- **Àrees geogràfiques:** preferentment Regne Unit, Alemanya i Països Baixos, i complementàriament Amèrica del Nord (EUA i Canadà), Bèlgica i Itàlia.
- **Perfils professionals:** post-doctorands i lectors/*lecturers*.
- **Àmbits d'actuació:** arquitectura, ciències, ciències de l'educació, ciències de la salut, ciències de la vida, ciències socials, enginyeria, humanitats i llengües.
- **Edat:** *target* d'entre 30 i 40 anys, preferiblement.

### Pla Serra Húnter Sènior

El públic objectiu de la campanya són persones de qualsevol nacionalitat que disposin del títol de doctor/a, amplia experiència acadèmica internacional i capacitat de lideratge, per tal que puguin incorporar-se a les universitats catalanes com a professorat distingit. Per a la selecció del públic objectiu, cal considerar les indicacions següents:

- **Àrees geogràfiques:** preferentment Regne Unit, Alemanya i Països Baixos, i complementàriament Amèrica del Nord (EUA i Canadà), Bèlgica i Itàlia.
- **Perfils professionals:** professorat titular, catedràtic o professors d'investigació / associate professors, professors o research professors
- **Àmbits d'actuació:** arquitectura, ciències, ciències de l'educació, ciències de la salut, ciències de la vida, ciències socials, enginyeria, humanitats i llengües.
- **Edat:** *target* d'entre 50 i 60 anys, preferiblement.

## 3. Període de les insercions

### Pla Serra Húnter General

La inserció es realitzarà des de la notificació d'adjudicació de l'expedient i fins al 31 de desembre de 2024. La campanya de difusió de la convocatòria per a presentació de candidatures es preveu del 2 al 29 de setembre de 2024, malgrat això la tria definitiva de dates es farà posteriorment dins el marc de les necessitats de comunicació de cadascuna de les accions, en funció de l'anàlisi de viabilitat tècnica i de les expectatives d'obtenció de resultats per les dues campanyes previstes. Les creativitats per a la campanya així com els textos a utilitzar seran proporcionats pel Departament de Recerca i Universitats.

### Pla Serra Húnter Sènior

La inserció es realitzarà des de la notificació d'adjudicació de l'expedient i fins al 31 de desembre de 2024. La campanya de difusió del PSH Sènior i de les ofertes es preveu de l'1 al 30 de setembre de 2024, les dates definitives per a la publicació dels anuncis corresponents està per determinar. A més, la tria definitiva de dates es farà posteriorment dins el marc de les necessitats de comunicació de cadascuna de les accions, en funció de l'anàlisi de viabilitat tècnica i de les expectatives d'obtenció de resultats per les dues campanyes previstes. Les creativitats per a la campanya així com els textos a utilitzar seran proporcionats pel Departament de Recerca i Universitats.

## 4. Pressupost

El pressupost màxim per a aquestes insercions és de 45.000 €, IVA exclòs (l'import amb l'IVA inclòs és de 54.450 €).

## 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.

Les creativitats per a la campanya així com els textos a utilitzar seran proporcionats pel Departament de Recerca i Universitats.

## 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 o recàrrecs i comissions d'agència).

### 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 comissions 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 i la comissió d'agència per a formats especials. 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 (tant per formats convencionals com per formats especials) 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.