



Informe justificatiu de la subscripció d'un contracte derivat d'un acord marc

| | |
|--|--------------------------------------|
| Contracte: Contracte públic | Unitat promotora: Secretaria General |
| Tipus: Serveis | |
| Expedient: PTOP-2024-286 | |
| Procediment: Derivat d'acord marc basat en concreció de condicions | |
| Títol: Servei d'inserció de publicitat institucional als mitjans de comunicació per a la difusió d'anuncis de la campanya sobre el Congrés Europeu de la Muntanya. | |
| Import total: 95.590 € (Base 79.000,00 € i IVA 16.590,00 €) | |
| Termini d'execució: des de la data de la resolució d'adjudicació i com a màxim fins al 30 de novembre de 2024. | |

1. Objecte

Servei d'inserció de publicitat institucional als mitjans de comunicació per a la difusió d'anuncis de la campanya sobre el Congrés Europeu de la Muntanya.

2. Justificació de la necessitat de contractar

L'organització europea [Euromontana](#) organitza, cada dos anys, una Convenció Europea de Muntanya (European Mountain Convention, EMC), amb la col·laboració d'alguna de les entitats membres locals dels diferents territoris de muntanya europeus. Una European Mountain Convention reuneix habitualment entre 200 i 300 persones durant tres dies, i són el principal esdeveniment per als actors de muntanya a Europa. Les EMC solen tractar temes rellevants per la societat de muntanya, i tenen un caràcter aplicat més que no pas científic: volen trobar solucions pràctiques per als reptes que els territoris de muntanya tenen o es preveuen que tindran en el futur, d'acord també als interessos locals.

L'any 2022 la Generalitat de Catalunya, que és membre d'Euromontana, va presentar, a través del Departament de Territori, la seva candidatura per organitzar l'EMC el 2024, candidatura que va ser acceptada per la Junta directiva d'Euromontana. Com a tema central de la Convenció, es va proposar el repte d'atraure i acollir activitat econòmica i població als territoris de muntanya, tema que consta tant a la recentment aprovada i presentada Estratègia de muntanya com, de manera una mica més indirecta, a la nova Estratègia catalana del canvi climàtic (ESCACC).

Per a la celebració de la convenció s'ha escollit Puigcerdà perquè ofereix els serveis i la infraestructura necessaris per celebrar un esdeveniment d'aquest tipus. Les dates previstes són del 15 al 18 d'octubre de 2024.

Amb l'objectiu que el màxim de persones, sobretot de les poblacions de muntanya, siguin informades d'aquest esdeveniment s'estan preparant diverses accions

comunicatives entre les quals hi ha l'emissió d'una falca de ràdio en mitjans de comunicació locals i comarcals de la zona, anuncis a la premsa local i màrqueting d'influències.

3. Termini d'execució

La inserció es realitzarà preferentment del 30 de setembre al 18 d'octubre de 2024. Cal afegir, que la tria definitiva de dates es farà ja dins el marc de les necessitats de comunicació de cadascuna de les accions, en funció d'anàlisi de viabilitat tècnica i d'expectatives d'obtenció de resultats.

4. Determinació del preu del contracte

El pressupost màxim per a aquestes insercions és de 79.000 €, IVA exclòs (l'import amb l'IVA inclòs és de 95.590 €).

Per al càlcul del pressupost de licitació s'ha fet una estimació de costos mitjançant l'observació dels imports d'anteriors campanyes de publicitat institucional que anaven dirigides al mateix públic objectiu i que tenien unes característiques molt similars quant a mitjans de comunicació, formats i període de difusió.

5. Proposta d'utilització del procediment de contractació

L'actual Acord marc EC 2022 32 de serveis de gestió i inserció de publicitat institucional en els mitjans de comunicació que portin a terme l'Administració de la Generalitat de Catalunya, mitjançant els seus departaments i els organismes i entitats que en depenen va entrar en vigor el 6 de juliol de 2022, data de la seva formalització i publicació, i la seva vigència és de dos anys a comptar des de la data de la seva formalització. Aquest Acord marc s'ha prorrogat fins el 3 de maig de 2025.

Aquest Acord divideix els serveis en dos lots, les empreses que han estat adjudicatàries i que han prorrogat s'indiquen a continuació:

- Lot 1: Multimèdia (publicitat institucional en diversos mitjans): Carat España, SAU (A28343358), Wavemaker Publicidad Spain, SL (B81173171), Havas Media Group Spain, SAU (A78809662) i UTE ITAN Media, SL-Gesmedia Consulting, SAU (U09967852).
- Lot 2: Mitjà digital (publicitat institucional únicament en mitjans digitals i/o les xarxes socials): Medialog Communications, SL (B55690879), Nothingad Comunicació, SL (B64673130), Publicis Media Spain, SLU (Performics) (B81875627) Proximia Havas, SLU (B63968267) i Rebold Marketing, SLU (B85737708).

En compliment d'allò establert a la clàusula trenta-unena del Plec de clàusules administratives particulars que regula l'Acord marc EC 2022 32 de serveis de gestió i inserció de publicitat institucional en els mitjans de comunicació que portin a terme l'Administració de la Generalitat de Catalunya, informo que el contracte proposat pot ser licitat mitjançant el procediment de concreció de condicions atès que el seu valor estimat és inferior a 330.000,00 € IVA exclòs amb les condicions establertes en la citada clàusula.

D'acord amb el Plec de clàusules administratives particulars que regula l'Acord marc de serveis de gestió i inserció de publicitat institucional en els mitjans de comunicació, que en la seva clàusula trenta-unena regula la contractació basada, s'ha fet la corresponent comanda i model d'oferta econòmica pel procediment de contractació concreció de condicions per raó de la quantia. Seguidament es convidarà a presentar oferta a les empreses homologades del lot 1:

- Carat España, SAU (A28343358)
- Wavemaker Publicidad Spain, SL (B81173171)
- Havas Media Group Spain, SAU (A78809662)
- UTE ITAN Media, SL-Gesmedia Consulting, SAU (U09967852)

6. 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 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 i que queden recollits al document excel annex que es presentarà a la licitació.

Les empreses oferiran 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 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 o costos i descomptes 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 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 la comissió d'agència* la fórmula per calcular la puntuació és:

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

() Aquesta fórmula és equivalent a la que valora el descompte però a la inversa, ja que en aquest cas es tracta d'un recàrrec als preus.*

Aquestes fórmules s'especifiquen a la clàusula trenta-unena del plec de clàusules administratives particulars de l'Acord marc.

La utilització d'aquestes fórmules d'inversa proporcional atribueix la major puntuació a l'oferta més econòmica i la menor a la menys econòmica, evita que petites diferències en el preu suposin grans diferències de puntuació i assigna els punts d'una manera adequada i proporcional.

També segons la clàusula trenta-unena, 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.

7. Forma de pagament

El pagament d'aquesta contractació s'abonarà mitjançant diversos pagaments, en funció de les insercions realment efectuades.

Aquesta contractació anirà a càrrec de la partida pressupostària:

| Centre gestor | Partida pressupostària |
|---------------|------------------------|
| PO01 | D/226000300/1210/0000 |

La contractació proposada requerirà per al seu pagament la incorporació de la factura corresponent, que haurà de reunir els requisits que les normes que desenvolupin la LCSP estableixin.

8. 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.

9. Conclusió

Per tot l'exposat, es proposa la realització de la despesa corresponent a aquesta contractació derivada de l'Acord marc EC 2022 32 de serveis de gestió i inserció de

publicitat institucional en els mitjans de comunicació que portin a terme l'Administració de la Generalitat de Catalunya.

Per delegació
Resolució TER/285/2023, de 2/02/2023
DOGC 8849 de 07/02/2023
La directora de Serveis
Teresa Prohias i Ricart

Signat electrònicament