

CONTRACTE BASAT

DOCUMENTACIÓ PREPARATÒRIA DE LA LICITACIÓ

Serveis per a la inserció de publicitat multimèdia en els mitjans de comunicació per a la difusió d'informació dels equipaments turístics gestionats per la divisió turística de Ferrocarrils de la Generalitat de Catalunya des de l'1 de gener al 31 de desembre del 2025. Aquesta inclou les estacions de muntanya, els trens turístics i el turisme astronòmic (Parc Astronòmic del Montsec)

INFORME DE NECESSITAT I MEMÒRIA JUSTIFICATIVA

Tramitació de licitació per a FGC via procediment de contracte basat derivat de l'Acord Marc de serveis de gestió i inserció de publicitat institucional en els mitjans de comunicació, adjudicat pel Departament de la Presidència en data 06/07/2022 (expedient EC-2022-32 en concret al Lot 1 - Multimèdia) i amb vigència fins al 05/07/2024, prorrogat 1 any més fins al 05/07/2025.

Es fa constar que en l'objecte del contracte s'incorporen serveis corresponents a diferents empreses (FGC, Vallter, SA i Actius de Muntanya, SA).

Tenint en compte que Vallter, SA i Actius de Muntanya, SA són empreses del Grup FGC i per tal d'assolir unes millors condicions en termes de qualitat-preu, FGC licita en nom propi i de les dues societats indicades.

Un cop adjudicat el contracte, es formalitzaran tres comandes diferenciades, una per cada societat.

1.- Naturalesa i extensió de les necessitats

1.1 Naturalesa de les necessitats

FGC Turisme és l'encarregada d'emprendre les accions de difusió i comunicació necessàries en el seu àmbit d'actuació, per tal d'assolir els seus objectius i mantenir un grau de notorietat entre el públic objectiu. Per a això, realitza accions de promoció i difusió de totes les activitats de les que és responsable i té les competències, en relació a la resta d'operadors en matèria de mobilitat i destinacions turístiques d'interior del territori català nacional.

Aquesta contractació es tramitarà a l'empara del que estableix l'acord marc de la Generalitat de Catalunya, en matèria de contractació de campanyes de promoció i publicitat institucional dels departaments/entitats que depenen de la Generalitat.

Les principals accions de comunicació d'FGC Turisme es centren en la consolidació, la promoció i la comercialització de títols de transport i entrades per als seus equipaments turístics en funció de la seva missió, visió i estratègia:

- Missió: la missió d'FGC és contribuir a la millora de la mobilitat dels clients, a l'equilibri territorial de Catalunya i al desenvolupament de les àrees de muntanya. Això es fa promovent el seu impuls demogràfic i econòmic, a través d'una gestió en règim d'autonomia organitzativa i econòmica basada en criteris de rendibilitat, eficiència, productivitat i ètics dels serveis i les infraestructures encomanats.
- Visió: FGC com a empresa pública catalana de la mobilitat i de serveis de turisme i oci líder per la seva innovació, per la seva seguretat, pel seu comportament ètic i per la seva contribució a l'equilibri social, ambiental, econòmic i territorial de Catalunya.

• Estratègia de potenciar i maximitzar el valor global i la reputació d'FGC mitjançant les següent línies d'actuació:

- La satisfacció i la confiança dels clients i interlocutors.
- L'optimització dels recursos fent-ne un ús eficient i responsable.
- La participació i el compromís de totes les persones d'FGC amb els resultats empresarials, l'ètica i la responsabilitat social.

L'estratègia de mitjans forma part d'una estratègia *pull*, és a dir, aquelles que es dirigeixen al consumidor final, per a aconseguir una major decisió de compra a través d'estratègies publicitàries o de promoció.

1.2. Extensió de les necessitats

a) Valor estimat i pressupost de licitació

Valor estimat

El valor estimat global de la licitació ascendeix a **329.081,00 €**, abans d'IVA, d'acord amb el següent desglossament:

- Pressupost de licitació: 329.081,00 €, abans d'IVA
- Import previst per a possibles pròrrogues: 0.00 €, abans d'IVA
- import previst per a possibles modificacions: 0,00 €, abans d'IVA

Pressupost de licitació

El pressupost de licitació ascendeix a un import màxim de **329.081,00 €**, abans d'IVA, d'acord amb el següent desglossament:

Pressupost de licitació	329.081,00 €
IVA 21%	69.107,01 €
TOTAL (IVA inclòs)	398.188,01 €

Segons el següent detall per explotacions:

Explotació	Pressupost licitació (abans IVA)
La Molina	62.070,00 €
Vall de Núria	62.951,00 €
Espot	12.540,00 €
Port Ainé	29.480,00 €
Vallter	18.397,50 €
Boí Taüll	32.000,00 €
Parc Astronòmic del Montsec	29.920,00 €
Cremallera de Vall de Núria	28.525,00 €

Cremallera de Montserrat	38.760,00 €
Tren del Cement	6.270,00 €
Tren dels Llacs	8.167,50 €
	329.081,00 €

I el següent desglossament de costos per societats:

	Cost directe	Cost indirecte			Total contracte
		Total	Altres despeses	Benefici industrial	
FGC	234.187,82 €	44.495,68 €	30.444,42 €	14.051,27 €	278.683,50 €

	Cost directe	Cost indirecte			Total contracte
		Total	Altres despeses	Benefici industrial	
Vallter	15.460,08 €	2.937,42 €	2.009,81 €	927,61 €	18.397,50 €

	Cost directe	Cost indirecte			Total contracte
		Total	Altres despeses	Benefici industrial	
AMSA	26.890,76 €	5.109,24 €	3.495,80 €	1.613,45 €	32.000,00 €

Aquest pressupost de licitació es configura com una partida alçada a justificar sobre la qual no es podrà fer baixa, d'acord amb l'estimació de serveis i els preus unitaris màxims o percentatges de descompte establerts a l'Annex 1 del plec tècnic d'aquesta licitació.

El nombre de serveis que han servit per fer el seu càlcul són considerats estimatius, i a títol indicatiu, de tal forma que FGC/Vallter/AMSA no estarà obligada a consumir la totalitat de la partida alçada a justificar prevista ni un percentatge determinat, sense que aquest fet doni dret a l'adjudicatari a ser compensat o rescabalat.

El preu màxim d'aquesta partida alçada coincidirà amb l'import previst al pressupost de licitació, essent el preu a abonar el que resulti d'aplicar els preus unitaris i/o el percentatge de descompte ofert en relació als preus unitaris màxims i el percentatge de descompte mínim establerts a l'Annex 1 del plec tècnic, pels serveis efectivament realitzats.

Els preus unitaris i els percentatge de descompte oferts es mantindran durant tota la vigència del contracte.

b) Termini d'execució del contracte

Atenent a la naturalesa i característiques de les prestacions que es pretenen contractar en el marc d'aquest procediment, s'estableix un termini d'execució des de l'1 de gener de 2025 fins al 31 de desembre de 2025.

Arribada la finalització del contracte aquest no es podrà prorrogar.

2.- Idoneïtat de l'objecte i contingut per satisfer-lo

Amb caràcter enunciatiu i no limitant, les característiques i objectius general del servei que haurà de prestar l'adjudicatari són les següents:

1. Definir el pla de mitjans d'FGC Turisme per als anunciants representats com a equipaments turístics i unitats de negoci, segons pressupost de l'any 2025.
2. Optimitzar l'eficiència de les inversions publicitàries perquè s'aconsegueixi el màxim nombre d'impactes de qualitat en els diferents segments del públic objectiu i en les campanyes de conversió s'optimitzi la xifra de vendes assolida com a resultat de l'acció publicitària amb el menor cost possible.
3. Coordinar les accions de difusió publicitària amb altres accions de comunicació corporativa i comercial que realitzi FGC Turisme.
4. Executar la integritat de les accions de difusió publicitària que s'hagin definit en el pla de mitjans d'FGC Turisme per a l'any 2025.
5. Fer un seguiment puntual i detallat dels resultats de les accions de difusió publicitària que es realitzin en l'any 2025, emetent informes mensuals amb tots els indicadors de seguiment corresponents.
6. Analitzar els resultats obtinguts en les campanyes publicitàries mentre que s'estan executant per a poder corregir les possibles desviacions dels objectius marcats en el pla de mitjans.
7. Tenir cobertura de les campanyes publicitàries no sols en el lloc d'origen del públic objectiu de les explotacions d'FGC Turisme, sinó també en el lloc de destinació on se situen les diferents explotacions d'FGC Turisme.

3.- Incorporació de condicions socials, mediambientals i d'innovació

Atenent a les condicions de la licitació, aquest contracte no és susceptible d'incorporar condicions d'aquest tipus.

4.- Justificació de l'elecció del procediment

Aquesta licitació es tramitarà d'acord amb el procediment previst a la clàusula 31 de l'Acord Marc del que deriva (expedient EC 2022 32, Acord Marc per a l'homologació d'empreses 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) i en concret al Lot 1 (Multimèdia) del qual deriva.

Només podran participar aquelles empreses, que hagin estat homologades per l'acord marc esmentat i que mantinguin l'homologació en la data de presentació de les ofertes.

Atès l'establert a la clàusula trenta-unena de l'acord marc, els contractes basats s'adjudicaran prèvia consulta a totes les empreses contractistes del corresponent Lot de l'Acord marc que pertorqui en funció dels mitjans de la campanya per a cada contracte basat.

La consulta es regirà per les estipulacions de l'article 221 de la LCSP i les que contingui concretament els plecs de clàusules administratives particulars i de prescripcions tècniques particulars que regulen el contracte basats de serveis.

En tot cas, les empreses incloses en l'Acord marc han de respectar, en les ofertes que presentin en els contractes basats, les condicions econòmiques adjudicades sobre les tarifes dels diferents mitjans que han ofert en aquest Acord marc.

Els criteris d'adjudicació dels contractes basats de l'Acord marc hauran de ser fixats d'acord amb les característiques específiques de cada contracte. La ponderació per a cada criteri d'adjudicació es fixarà en els plecs de clàusules administratives particulars dels contractes basats del present Acord

marc.

5.- Criteris de solvència

En el marc del que disposa l'acord marc del qual deriva aquesta contractació, els criteris de solvència que seran d'aplicació en aquest procediment es basen en el manteniment de les condicions que van servir per l'homologació en l'acord marc.

5.1.- Criteris de solvència tècnica/professional

El licitador haurà d'acreditar mantenir els criteris de solvència tècnica/professionals que van servir per la seva homologació.

Presentar una declaració responsable conforme es mantenen les seves condicions inicials que van acreditar en el procediment d'adjudicació de l'Acord marc.

5.2.- Criteris de solvència econòmica/financera

El licitador haurà d'acreditar mantenir els criteris de solvència econòmica/financera que van servir per la seva homologació.

Presentar una declaració responsable conforme es mantenen les seves condicions inicials que van acreditar en el procediment d'adjudicació de l'Acord marc.

6.- Criteris d'adjudicació

El contracte basat s'adjudicarà mitjançant concreció de condicions. Aquesta s'entén com la comanda d'un o varis serveis prèvia petició de proposició econòmica a les empreses contractistes de l'acord marc. En el supòsit per raó de la quantia: es podrà tramitar una contractació basada amb concreció de condicions en cas que la inserció de publicitat tingui un valor inferior a 330.000,00 euros, IVA exclòs i requereixi o no planificació.

Per aquesta modalitat de concreció de condicions, FGC/Vallter/AMSA demanaran la presentació de la seva concreció a totes les empreses contractistes del lot objecte de la inserció. Les peticions d'oferta es realitzen mitjançant licitació d'accés restringit al perfil del contractant i presentació telemàtica d'ofertes.

FGC demanarà la presentació de la seva concreció a totes les empreses homologades per l'Acord Marc en el Lot 1 – Multimèdia, això és:

- HAVAS MEDIA GROUP SPAIN, SAU
- CARAT ESPAÑA, SAU
- WAVEMAKER PUBLICIDAD SPAIN, SL.
- UTE ITAN MEDIA – GESMEDIA CONSULTING, SAU

El criteri d'adjudicació del contracte basat serà el següent:

Ponderació:

Criteris automàtics (objectius): 100%

Criteris sotmesos a judici de valor (subjectius): 0%

Criteris avaluables de forma automàtica - preu: fins a un màxim de 100 punts.

L'oferta econòmica que presenti cada empresa licitadora haurà d'estar desglossada de la següent forma:

a) **Campanyes en mitjans no digitals:**

- **TV: C/GRP** (cost per *gross rating point*) preu per passi referit a espots de 20" emès en **TV3** entre gener-juny (mínim 45% PT), expressat en euros amb comissions, descomptes i abans IVA. Fins a 14 punts.

Els licitadors hauran de presentar una oferta a la baixa respecte el preu unitari màxim per al passi referit a espots de 20"" emesos a TV3 entre gener-juny (mínim 45% PT). El licitador que iguali en la seva oferta el preu unitari establert com a màxim, això és 320,00 €, abans IVA, obtindrà zero punts. L'oferta més baixa, la més econòmica, obtindrà la màxima puntuació, això és 14 punts.

A la resta de propostes se les puntuarà d'acord amb la següent fórmula:

$$P_v = \left[1 - \left(\frac{O_v - O_m}{IL} \right) \times \left(\frac{1}{V_p} \right) \right] \times 14$$

On:

Pv = Puntuació de l'oferta a Valorar
Om = Oferta Millor
Ov = Oferta a Valorar
IL = Preu unitari màxim per al servei
Vp=valor de ponderació=1

El licitador que superi en la seva oferta el preu unitari establert com a màxim, serà exclòs.

El sistema de valoració emprat per valorar les proposicions econòmiques és l'establert a la Directriu 1/2020 d'aplicació de fórmules de valoració i puntuació de les proposicions econòmica i tècnica de la Direcció General de Contractació Pública

- **Prensa: preu en plana color senar del diari Ara**, expressat en euros amb comissions, descomptes i abans IVA. Fins a 18 punts.

Els licitadors hauran de presentar una oferta a la baixa respecte el preu unitari màxim per premsa en plana color senar del diari ARA. El licitador que iguali en la seva oferta el preu unitari establert com a màxim, això és 12.782,00 €, abans IVA, obtindrà zero punts. L'oferta més baixa, la més econòmica, obtindrà la màxima puntuació, això és 18 punts.

A la resta de propostes se les puntuarà d'acord amb la següent fórmula:

$$P_v = \left[1 - \left(\frac{O_v - O_m}{IL} \right) \times \left(\frac{1}{V_p} \right) \right] \times 18:$$

On:

Pv = Puntuació de l'oferta a Valorar
Om = Oferta Millor
Ov = Oferta a Valorar
IL = Preu unitari màxim per al servei
Vp=valor de ponderació=1

El licitador que superi en la seva oferta el preu unitari establert com a màxim, serà exclòs.

El sistema de valoració emprat per valorar les proposicions econòmiques és l'establert a la Directriu 1/2020 d'aplicació de fórmules de valoració i puntuació de les proposicions econòmica i tècnica de la Direcció General de Contractació Pública.

- **Ràdio:** falca de 20" emesa en **RAC1** per a tota Catalunya de 6-12h, expressat en percentatge. Fins a 23 punts.

Els licitadors haurà de presentar un percentatge de descompte lineal i homogeni a aplicar sobre la falca de 20" emesa a RAC1 per a tota Catalunya en horari de 6 a 12 hores. El licitador que iguali en la seva oferta el descompte de del 45% obtindrà zero punts. L'oferta més alta, la de major descompte, obtindrà la màxima puntuació, això és 23 punts.

A la resta de propostes, se les puntuarà d'acord amb la puntuació obtinguda de l'aplicació de la següent fórmula:

$$Puntuació oferta = 23 \times \frac{oferta}{Millor Oferta}$$

El licitador que iguali el percentatge de descompte mínim del 45 %, obtindrà zero punts

El licitador que ofereixi un descompte inferior al 45% serà exclòs.

La fórmula de valoració de l'oferta econòmica que consta a la Directriu 1/2020 de la Direcció General de Contractació Pública, atès els valors als quals fa referència es considera que aquesta no està formulada per a la valoració d'un percentatge i consegüentment es considera que no és d'aplicació quan el que s'oferta és un percentatge de descompte i per tant s'utilitzarà la formula que es considera més proporcional per a valorar aquest criteri.

b) Campanyes en mitjans digitals:

- **CPC** (cost per clic) **màxim** d'un **enllaç patrocinat** en **Google** (segmentació de 3 nivells), expressat en euros amb comissions, descomptes i abans IVA. S'entén per segmentació de 3 nivells el cost basat en una segmentació, per exemple, basada en criteri geogràfic, criteri sociodemogràfic i criteri d'interessos. Fins a 23 punts.

Els licitadors hauran de presentar una oferta a la baixa respecte el preu unitari màxim per CPC màxim d'un enllaç patrocinat en Google. El licitador que iguali en la seva oferta el preu unitari establert com a màxim, això és 0,50 €, abans IVA, obtindrà zero punts. L'oferta més baixa, la més econòmica, obtindrà la màxima puntuació, això és 23 punts.

A la resta de propostes se les puntuarà d'acord amb la següent fórmula:

$$P_v = \left[1 - \left(\frac{O_v - O_m}{I_L} \right) \times \left(\frac{1}{V_p} \right) \right] \times 23$$

On:

P_v = Puntuació de l'oferta a Valorar
O_m = Oferta Millor
O_v = Oferta a Valorar
I_L = Preu unitari màxim per al servei
V_p=valor de ponderació=1

El licitador que superi en la seva oferta el preu unitari establert com a màxim, serà exclòs.

El sistema de valoració emprat per valorar les proposicions econòmiques és l'establert a la Directriu 1/2020 d'aplicació de fórmules de valoració i puntuació de les proposicions econòmica i tècnica de la Direcció General de Contractació Pública.

- **Webs del grup CCMA CPM* Video In-Stream:** es demana preu, expressat en euros amb comissions, descomptes i abans IVA. Fins a 22 punts.

Els licitadors hauran de presentar una oferta a la baixa respecte el preu unitari màxim per un CPM vídeo In-Stream en les webs del grup CCMA. El licitador que iguali en la seva oferta el preu unitari establert com a màxim, això és 13,50 €, abans IVA, obtindrà zero punts. L'oferta més baixa, la més econòmica, obtindrà la màxima puntuació, això és 22 punts.

A la resta de propostes se les puntuarà d'acord amb la següent fórmula:

$$P_v = \left[1 - \left(\frac{O_v - O_m}{IL} \right) \times \left(\frac{1}{V_p} \right) \right] \times P_v = \left[1 - \left(\frac{O_v - O_m}{IL} \right) \times \left(\frac{1}{V_p} \right) \right] \times 22$$

On:

P_v = Puntuació de l'oferta a Valorar

O_m = Oferta Millor

O_v = Oferta a Valorar

IL = Preu unitari màxim per al servei

V_p=valor de ponderació=1

El licitador que superi en la seva oferta el preu unitari establert com a màxim, serà exclòs.

El sistema de valoració emprat per valorar les proposicions econòmiques és l'establert a la Directriu 1/2020 d'aplicació de fórmules de valoració i puntuació de les proposicions econòmica i tècnica de la Direcció General de Contractació Pública.

Les puntuacions obtingudes per cada empresa, respecte de l'oferta econòmica per a cada tipus de campanya (digital i no digital), se sumaran i serà la puntuació final que s'assigni a cada empresa licitadora.

L'empresa que obtingui la major puntuació global de la seva oferta econòmica, serà la que resulti adjudicatària d'aquest contracte basat.

7.- Justificació insuficiència de mitjans

FGC/Vallter/AMSA no disposen dels mitjans humans i materials per portar a terme el servei d'inserció de publicitat institucional a televisió, per a la difusió de missatges de promoció i d'informació dels equipaments turístics gestionat per la divisió turística de Ferrocarrils de la Generalitat de Catalunya, sent necessari recórrer a la contractació externa dels serveis indicats.

8.- Decisió de no dividir en lots

Aquesta licitació no es divideix en lots, essent les prestacions a contractar un tot que ha de ser tractat de forma conjunta i global. La divisió en lots podria comportar el tractament dels diferents elements que componen l'objecte de forma diferenciada i no integrada, afectant a l'objectiu i finalitat del projecte, així com a la visió integradora i global que precisen els treballs descrits.

9.- Constitució de la garantia definitiva

D'acord amb l'establert a la clàusula divuitena de l'Acord Marc, la garantia es fixarà per a cada contracte basat.

L'adjudicatari haurà de dipositar una garantia del contracte, per un import corresponent al 5% del preu d'adjudicació, per respondre dels conceptes definits en l'article 110 LCSP i s'haurà de dipositar en les formes establertes en l'article 108 de la mateixa norma.

En cas d'efectuar-se la garantia definitiva mitjançant el sistema de retenció de part del preu la quantitat de la garantia serà retinguda en la primera factura que se'n derivi del contracte i, en cas de no ser suficient, en les factures següents.

L'empresa adjudicatària del contracte basat en l'acord marc haurà de constituir-la en el termini de 10 dies hàbils a comptar des del següent al dia en què s'ha rebut el requeriment.
El termini de garantia del contracte s'estableix en 6 mesos comptadors des de la data de finalització del contracte, a plena satisfacció d'FGC.

10.- Aspectes pressupostaris

10.1. Àrea Pressupostària

FGC Turisme
FGC Operadora
Vallter, SA
Actius de Muntanya, SA

10.2. Concepte pressupostari

Explotació

10.3. Partida pressupostària

FGC Turisme
Natura comptable: 6270000
Dotació: 270.516,00 €

FGC Operadora
Natura comptable: 6270000
Dotació: 8.167,50€

Vallter
Natura comptable: 6270000
Dotació: 18.397,50 €

Actius de Muntanya
Natura comptable: 6270000
Dotació: 32.000,00 €

Enric Serra i Teixidor
Director Negoci i Estratègia FGC Turisme

Signat electrònicament

Antoni Sanmartí i Rovira
Director FGC Turisme

Signat electrònicament