

MEMÒRIA JUSTIFICATIVA DE LA CONTRACTACIÓ DELS SERVEIS D'ANÀLISI, OPTIMITZACIÓ I SEGUIMENT EN MOTORS DE CERCA (SEO/SEM) DEL POSICIONAMENT DEL PORTAL WEB CATALUNYA.COM EN ELS IDIOMES CATALÀ, CASTELLÀ, ANGLÈS, ALEMANY, FRANCÈS I RUS ADJUDICAT MITJANÇANT PROCEDIMENT OBERT QUE ES PODRIA COFINANÇAR PEL FONS EUROPEU DE DESENVOLUPAMENT REGIONAL (FEDER) DE LA UNIÓ EUROPEA, EN EL MARC DEL PROGRAMA DEL FEDER DE CATALUNYA 2021- 2027

[Agència Catalana de Turisme](http://www.agenciatrisme.cat)

A. Justificació de la necessitat de contractar

És necessària la contractació d'una empresa que s'encarregui dels serveis d'anàlisi, optimització i seguiment en motors de cerca (SEO/SEM) del posicionament del portal web Catalunya.com en els idiomes català, castellà, anglès, alemany, francès i rus per ajudar l'Agència Catalana de Turisme a maximitzar la visibilitat i atracció dels seus portals web com a eines clau de promoció turística en mercats nacionals i internacionals.

L'Agència Catalana de Turisme (ACT), òrgan de promoció turística dependent del Departament d'Empresa i Treball, fa servir **portals web com a canals de promoció digital** enfocats tant a clients finals com a empreses i organismes de gestió turística. En aquest context, l'optimització per a motors de cerca (SEO) i el màrqueting de cercadors (SEM) esdevenen pilars fonamentals per augmentar la visibilitat i atractiu d'aquestes plataformes digitals. La implementació d'estratègies de SEO i SEM ben definides, juntament amb la monitoratge del comportament dels visitants son clau per a millorar el posicionament orgànic i la presència en resultats de cerca pagats. Aquesta aproximació estratègica assegura una major eficiència i impacte de les iniciatives promocionals, potenciant el perfil de Catalunya com a destinació turística.

Això implica, entre altres condicionants, una forta aposta per incrementar el desplegament de l'oferta de continguts digitals de l'ACT a les principals webs de l'entitat on els usuaris consumeixen continguts turístics, així com intensificar els esforços per la captació i fidelització de nous usuaris als mercats turístics emissors. Aquesta necessitat d'augment i especialització de l'activitat posa de manifest la necessitat de disposar d'un servei de suport especialitzat en estratègies de posicionament i anàlisi SEO/SEM per reforçar l'oferta digital de l'ACT.

B. Informe d'insuficiència de mitjans

La naturalesa del contracte requereix la utilització dels següents mitjans tècnics especialitzats, els quals l'òrgan de contractació no en disposa:

- Software especialitzat en la consulta de bases de dades i arxius de gran volum.
- Falta de recursos i capacitats internes per a gestionar el SEO i SEM de manera efectiva en portals d'abast i magnitud com els que gestiona l'ACT.
- Necessitat d'aplicar eines avançades per a l'optimització en motors de cerca i la gestió de campanyes de màrqueting digital, que exigeixen un alt grau de coneixement tècnic.

Requereix també l'especialització en els següents àmbits, els quals l'òrgan de contractació no en disposa: anàlisi de dades, cerques de paraules clau, seguiment i control d'enllaços externs (Backlinks) i control de qualitat.

Requereix també un volum elevat de persones destinades a l'execució del contracte per un període de temps limitat dels quals l'òrgan de contractació no en disposa.

C. Objecte del contracte

Serveis d'anàlisi, optimització i seguiment en motors de cerca (SEO/SEM) del posicionament del portal web Catalunya.com i que, utilitzant els perfils d'analítica propis de l'Agència Catalana de Turisme o de tercers, facin seguiment i anàlisi de l'evolució dels resultats de posicionament del portal. Caldrà que l'empresa contractista proposi als equips de l'ACT estratègies d'optimització, contractació i seguiment que assegurin un creixement del tràfic al web i un posicionament destacat del portal en els idiomes català, castellà, anglès, alemany, francès i rus.

L'objecte de la contractació, per tant, inclourà serveis de SEO, però també de SEM amb l'objectiu d'incrementar no només el tràfic orgànic, sinó també el nombre d'usuaris únics procedents de xarxes socials.

L'objecte d'aquest contracte es podria cofinançar pel Fons Europeu de Desenvolupament Regional (FEDER) de la Unió Europea, en el marc del Programa del FEDER de Catalunya 2021- 2027.

D. Procediment d'adjudicació i forma de tramitació

Anticipat

- ☐ No
☒ Sí

Exercici d'execució

2025

Sistema de racionalització

No Acord Marc ni Sistema Dinàmic d'Adquisició

Procediment

Obert, d'acord amb els articles 156 i següents de la LCSP, com a procediment ordinari d'adjudicació.

Tipus de tramitació

Ordinària

Tramitació simplificada

- ☒ No simplificada
☐ Simplificada, d'acord amb l'article 159 de la LCSP

Tipus de contracte

- ☒ Serveis
☐ Subministraments
☐ Obres

Harmonitzat

- ☐ No
☒ Sí

Subhasta electrònica

Programa FEDER de Catalunya 2021-2027



**Cofinançat per
la Unió Europea**

No

Compra pública innovadora

No

Oferta electrònica

Sobre digital

Estudis i dictàmens

☒ No

☐ Sí

E. Divisió de l'objecte del contracte en lots
--

☒ No

☐ Sí

E2. No divisió en lots

D'acord amb el que estableix l'article 99.3.b de la LCSP, aquest contracte no es pot dividir en lots pel/s motiu/s següent/s:

☒ Dificultat per la correcta execució del contracte des del punt de vista tècnic: la realització independent de les prestacions que comprenen l'objecte del contracte dificultaria tècnicament la correcta execució, per les raons següents:

- Coherència estratègia: SEO i SEM comparteixen objectius comuns que inclouen augmentar la visibilitat, el trànsit qualificat i la conversió. Separar-los en lots pot portar a estratègies fragmentades que no aprofiten les sinergies entre l'optimització per a motors de cerca i la publicitat pagada.
- Optimització de continguts: la creació i optimització de contingut necessita una coordinació estreta per assegurar que compleix amb els criteris de cerques dels usuaris, garantint una bona experiència dels visitants web.
- Gestió de paraules clau: la coordinació entre SEM i SEO per al treball de paraules clau és necessària per evitar competència interna i mantenir una efectivitat global.

☒ Risc per a l'execució correcta del contracte per la seva naturalesa, a l'implicar la necessitat de coordinar l'execució de les diferents prestacions, qüestió que es podria veure impossibilitada per la seva divisió en lots i l'execució per una pluralitat de contractistes, la naturalesa de l'objecte del contracte fa imprescindible coordinar l'execució de les diferents prestacions i la seva execució per diverses empreses no és possible per les raons següents:

- Complexitat de coordinació entre els equips que donaran compliment a les diferents etapes del projecte.
- Possibilitat d'incrementar els errors i la manca de control pel què respecte a la qualitat tècnica.

F. Persona responsable del contracte

Nom i cognoms	Núria Estruga Mañosa
Càrrec	Tècnica responsable SEO
Unitat	Unitat de Màrqueting Relacional

G. Revisió de preus

No

H. Termini d'execució i pròrroga**H1. Termini execució**

Des de la signatura del contracte i fins al 31 de desembre de 2025.

H2. Pròrroga prevista☐ No☒ Sí**Termini:** un any adicional.

Justificació dels motius de la pròrroga: es planteja la possibilitat de pròrroga per un any atès que el seguiment del pla d'implementació i govern de continguts (que forma part del pla estratègic de llarga durada anomenat **4p's de l'Agència Catalana de Turisme**) requerirà d'un seguiment unificat i iteratiu, i això es recomanable es porti a terme per la mateixa empresa en totes les fases del projecte. Evitar el canvi de proveïdor durant el projecte permet un control de qualitat uniforme, amb criteris que es mantinguin durant més temps. El canvi de proveïdor implicaria canvis no desitjats de criteri o interpretació.

I. Modificació prevista☒ No☐ Sí**J. Condicions especials d'execució****J1. Ambientals**☐ No☒ Sí:

L'empresa contractista aplicarà bones pràctiques ambientals: mesures d'estalvi d'aigua, de minimització, separació i gestió correcta dels residus generats, i d'estalvi i eficiència energètica en la il·luminació i la climatització, i ús d'equips informàtics de baix consum energètic, que compleixin els criteris de la certificació Energy Star, en els centres de treball on es durà a terme l'execució del contracte.

L'empresa contractista donarà preferència a la utilització de mitjans audiovisuals (videoconferència, etc.) com a forma d'interrelació i farà el lliurament de documents preferentment en format electrònic. En cas de ser necessari realitzar alguna impressió serà preferentment en paper 100% reciclat i amb un procés de fabricació lliure de clor, en blanc i negre, i a doble cara.

L'empresa contractista realitzarà els desplaçaments necessaris per a l'execució del contracte prioritàriament en transport públic o amb vehicles de baixes emissions: elèctric, híbrid o de gas (bifuel de gasolina).

Justificació: la compra pública verda ha vist incrementat el seu potencial com a eina de promoció de polítiques públiques de protecció del medi ambient, contribuint així en l'assoliment dels compromisos del Pla Nacional per a la implementació de l'Agenda



2030 a Catalunya, especialment de l'objectiu de desenvolupament sostenible 12. En la mateixa línia, la pròpia LCSP inclou la necessitat d'aplicació de mesures que incentivin la contractació amb criteris ambientals.

Així mateix, la Generalitat de Catalunya treballa en l'ambientalització de la contractació pública des del 2005, però cal destacar que l'[Acord del Govern de 22 de març de 2022 aprova el Pla d'acció de compra pública verda de Catalunya 2022-2025](#), els objectius prioritaris del qual són la millora de la qualitat ambiental, la lluita contra el canvi climàtic, la transició vers una economia circular, la mobilitat sostenible, la protecció de la biodiversitat i la transició energètica. D'acord amb les pautes generals per a la incorporació d'especificacions tècniques ambientals en els contractes públics que ofereix el mateix [Pla d'acció](#), i d'acord amb l'assessorament rebut per part de la Direcció General de Qualitat Ambiental i Canvi Climàtic –línia 1, acció 2 del pla–, i tenint en compte que el present contracte podria ser considerat com un contracte de baix impacte ambiental, ja que consistiria essencialment en un servei d'assessorament, suport tècnic, consultoria o similar, es veu adequat i necessari incorporar unes condicions especials d'execució ambientals de tipus transversal per tal de donar compliment als objectius esmentats del Pla d'acció.

J2. Socials

☐ No

☒ Sí:

☒ Conciliació laboral, personal i familiar

Descripció condició especial d'execució: que durant l'execució del contracte l'empresa contractista estableixi mesures que afavoreixin la conciliació de la vida laboral amb la vida familiar de les persones que intervenen en l'execució del contracte, que poden ser:

- Estudiar la possibilitat d'harmonitzar els horaris escolars (organització dels programes escolars) i els laborals.
- Existència de mesures i facilitats per al teletreball.
- Suport econòmic per a sufragar despeses d'escoles infantils o centres d'atenció a persones dependents...
- Atorgar, si escau, una protecció específica a les famílies monoparentals.

Justificació de les condicions especials d'execució socials seleccionades: les condicions especials d'execució seleccionades responen a la necessitat d'afavorir la conciliació de la vida laboral amb la vida familiar de les persones que intervenen en l'execució del contracte i és adequada a l'objecte d'aquest contracte, doncs l'impuls de les polítiques de conciliació laboral a les organitzacions no només contribueix a augmentar la satisfacció dels treballadors i treballadores, sinó que és un factor que contribueix de manera decisiva a la qualitat de la feina i a la imatge de l'empresa de cara a l'exterior. Entre els objectius de la conciliació familiar i laboral també hi ha la modificació dels rols i els estereotips de gènere, la igualtat d'oportunitats entre homes i dones o millorar els serveis d'atenció a persones dependents.

K. Subcontractació

☒ Sí

☐ No

L. Tractament de dades personals

- ☒ No
☐ Sí

M. Garanties

Definitiva: 5,00 %

Del preu final ofert per l'empresa que hagi presentat la millor oferta, IVA exclòs (pel cas que la determinació del preu s'hagi establert a tant alçat) o del pressupost base de licitació, IVA exclòs (pel cas que la determinació de preu s'hagi establert per preus unitaris).

N. Dades econòmiques

N1. Modalitat de determinació de preus

- ☐ A tant alçat
☒ Preu/s unitari/s

El preu hora màxim cinquanta-vuit euros amb quatre cèntims (**58,04 €** IVA inclòs); quaranta-set euros amb noranta-set cèntims (**47,97 €** sense IVA).

N2. Pressupost Base de Licitació (PBL) i desglossament

a) IVA de la licitació: 21%

- ☐ Deduïble
☒ No deduïble

b) Determinació del sistema de càlcul del pressupost: (**174.128,11 €** IVA inclòs)

Aquest pressupost de licitació s'ha calculant fent una estimació de tres mil (**3.000**) hores anuals. Aquesta estimació d'hores es realitza en base al coneixement del mercat dins el sector del posicionament web i que estimem convenient per prestar un bon servei. Es concreten en funció del preu unitari hora: cinquanta-vuit euros amb quatre cèntims (**58,04 €** IVA inclòs); quaranta-set euros amb noranta-set cèntims (**47,97 €** sense IVA).

c) Els conceptes que conformen el pressupost es concreten de la següent forma:

Concepte de costos directes	Import total €	Salari anual 1 Responsable de projecte (30% de dedicació anual)	Salari anual 1 tècnic especialista SEO/SEM (70% de dedicació anual)	Salari anual 2 tècnics especialistes en continguts global (60% de dedicació anual)	Salari anual 1 Growth manager (20% de dedicació anual)
Costos salarials	96.900,00 €	18.000,00 €	25.900,00 €	42.000,00 €	11.000,00 €
Seguretat social a càrrec de l'empresa (35,6% dels	34.496,40 €				

costos salarials)	
TOTAL COSTOS DIRECTES	131.396,40 €

Concepte de costos indirectes	Import €
Despeses generals d'estructura	2.000 €
Benefici empresarial (8%)	10.511,71 €
TOTAL COSTOS INDIRECTES	12.511,71 €

TOTAL DE COSTOS (DIRECTES + INDIRECTES)	143.908,11 €
Impost Valor Afegit (IVA)(21%)	30.220,70 €

Any	Import total
2025	174.128,81 €

**IMPORT TOTAL PRESSUPOST
BASE DE LICITACIÓ IVA Inclòs**

174.128,81 € IVA inclòs

Els costos salarials s'han calculat a partir d'una plantilla de persones treballadores que ha d'executar el contracte per categories professionals, nombre de persones treballadores i percentatge de dedicació sobre una jornada laboral anual de 1.826 hores. Tot i que s'ha pres com a referència el conveni col·lectiu "XVIII Convenio colectivo estatal de empresas de consultoría, tecnologías de la información y estudios de mercado y de la opinión pública" amb codi núm. 99001355011983 (aquesta indicació no prejutja que el conveni hi sigui d'aplicació), atès que el salari marcat per aquest és distant dels salaris habituals de mercat, s'ha pres la decisió d'incrementar-lo, atès que es considera més ajustat a la realitat del contracte i que, en tot cas, garanteix sobradament el compliment de les condicions salarials establertes al conveni col·lectiu d'aplicació:

Categoria professional	Retribució salarial anual unitària	Núm. de treballadors/es
Gestor de projecte (mínim 5 anys d'experiència)	60.000,00 €	1
Tècnic especialista SEO/SEM (mínim 3 anys d'experiència)	37.000,00 €	1
Especialista en continguts (mínim 2 anys d'experiència)	35.000,00 €	2
Growth manager (mínim 5 anys d'experiència)	55.000,00 €	1

En relació a la desagregació per gènere, és impossible realitzar-la atesa la inexistència de diferències en el conveni col·lectiu aplicable.

N3. Valor Estimat del Contracte (VEC)

Any	VE prestació	VE eventuais pròrrogues	VE eventuais modificacions	SUMA
2025	143.908,11 €	0	0	
2026	0	143.908,11 €	0	287.816,22 €
TOTAL	143.908,11 €	143.908,11 €	0	287.816,22 €

N4. Forma de pagament

☒ Periodicitat trimestral. En el cas que l'inici de l'execució sigui posterior a l'1 de gener de 2025, el primer pagament trimestral es farà de manera proporcional al termini executat del contracte.

Els pagaments seran prèvia justificació i presentació de la factura corresponent, i prèvia certificació per part de l'Agència Catalana de Turisme de la realització satisfactòria de les tasques encarregades.

O. Existència de crèdit**O1. Compte comptable**

La partida pressupostària en la qual es preveu la consignació de crèdit adient, adequat i suficient per a atendre la despesa corresponent a aquest contracte és del 2024 i és **22014020000000**.

O2. Despesa pluriennal

- ☒ No
☐ Sí

P. Solvència**P1. Solvència econòmica i financera**

La solvència econòmica i financera que s'exigeix per aquest contracte consisteix en el volum de negocis anual, que és un indicador pel qual l'empresa demostra la seva solvència i per tant, la demanem per assegurar-nos que pot desenvolupar amb garantia, les tasques que se'n deriven del projecte.

La solvència econòmica i financera que s'exigeix per aquest contracte consisteix en:

- ☒ Volum anual de negocis referit al millor exercici dins dels tres últims disponibles en funció de les dates de constitució o d'inici de les activitats de l'empresari i de presentació de les ofertes per un import igual o superior al que consta a continuació:

1. Import igual o superior a: 144.000 €
2

- ☒ Volum de negocis anual "General" (*total facturació empresa*)
☐ Volum de negocis anual "Específic" (*en l'àmbit al què es refereix el contracte*)

3. Mitjà d'acreditació:

- ☐ Comptes anuals o llibre d'inventaris legalitzats pel Registre Mercantil.

☒ Declaració de l'empresari indicant el volum de negocis.

Justificació de la solvència econòmica i financera escollida: El volum de negocis anual és un indicador pel qual l'empresa demostra la seva solvència i per tant, la demanem per assegurar-nos que pot desenvolupar amb garantia, les tasques que se'n deriven del projecte.

P2. Solvència tècnica o professional

La solvència tècnica o professional que s'exigeix per aquest contracte és la següent:

☒ Una relació signada pel legal representant de l'empresa dels principals serveis o treballs efectuats de la mateixa o similar naturalesa que els que constitueixen l'objecte del contracte en el curs de, com a màxim, els tres últims anys, en la qual s'indiqui l'import, la data i el destinatari (públic o privat) dels mateixos.

1. Com a mínim caldrà acreditar la realització dels serveis o treballs fets durant els últims tres anys en cadascun dels àmbits següents:
 - Tres serveis d'implementació d'estratègia SEO (posicionament web) on-page i off-page per a portals multilingües.
 - Tres serveis de consultoria i/o conceptualització d'estratègies digitals SEM per a portals web multilingües.

Justificació: una relació dels principals serveis o treballs efectuats de la mateixa o similar naturalesa permeten garantir que les empreses licitadores tenen experiència per desenvolupar tasques com les que s'encomanen en aquesta licitació i sobretot que han treballat en l'àmbit de SEO/SEM. Això permet afrontar el projecte amb la seguretat que la solvència i expertesa necessàries han estat contrastades.

P3. Solvència tècnica o professional per a empreses de nova creació

Per les empreses de nova creació, enteses com aquelles que tenen una antiguitat inferior a 5 anys, únicament hauran de justificar els apartats següents:

☒ No s'escau, atès que el contracte està subjecte a regulació harmonitzada
☐ Sí:

P4. Habilitació empresarial o professional que, si s'escau, sigui exigible per dur a terme l'activitat o prestació que constitueixi l'objecte del contracte

☒ No s'escau
☐ Sí

Q. Criteris d'adjudicació

Per a la valoració de les proposicions i la determinació de la millor oferta s'ha d'atendre els criteris d'adjudicació que es detallen a continuació. Sobre una puntuació màxima de 100 punts, es distribueix la puntuació de la manera següent:

Q1. Detall i mètode per valorar els criteris d'adjudicació

CRITERIS D'ADJUDICACIÓ AVALUABLES AUTOMÀTICAMENT

Per a la valoració de les proposicions i la determinació de la millor oferta s'ha d'atendre als criteris d'adjudicació que es detallen a continuació. Sobre una puntuació màxima de 100 punts, es distribueix la puntuació de la manera següent:

1. Preu (fins a 51 punts)

L'oferta econòmica més favorable obtindrà la màxima puntuació, i la resta d'ofertes es valoraran aplicant la fórmula següent:

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

P_v = Puntuació de l'oferta a Valorar
 P = Punts del criteri econòmic
 O_m = Oferta Millor
 O_v = Oferta a Valorar
 IL = Import de Licitació
 VP = Valor de ponderació

El valor de ponderació (VP) tindrà el valor de 1.

CRITERIS D'ADJUDICACIÓ LA VALORACIÓ DELS QUALS DEPÈN D'UN JUDICI DE VALOR

2. Informe de situació actual SEO d'una pàgina d'aterratge (fins a 30 punts)

Instruccions:

Presentar una informe de situació actual del posicionament web (SEO) de la pàgina d'aterratge <https://www.catalunya.com/es/turismo-nautico>. Caldrà que aquesta contingui els aspectes bàsics d'un estat de situació actual de la pàgina, a més de possibles errades i millores.

Valoració tècnica en punts màxima: 30

Per a la valoració d'aquest criteri d'adjudicació, es tindran en compte els següents aspectes:

- 1) Anàlisi de les paraules clau que es poden posicionar amb la *landing page* proposada (fins a 5 punts).
- 2) Anàlisi de l'estat de la pàgina on-page i proposta d'optimització (10 punts).
- 3) Anàlisi del contingut (10 punts)
- 4) Perfil de backlinks de la pàgina (5 punts)

3. Criteri de mostra (fins a 19 punts)

3.1. Proposta d'una campanya SEM de durada 1 mes per a la pàgina <https://www.catalunya.com/es/el-viaje-de-tu-vida/vacaciones-en-familia> per al mercat espanyol (excloent Catalunya) per tal d'aconseguir un total de 5.000 clics durant un període total de 30 dies, amb un pressupost màxim de 3.500€.

Instruccions:

Presentació d'una proposta d'acció SEM realista destinada al mercat espanyol (en castellà i excloent Catalunya) i per a la pàgina web (landing) següent: <https://www.catalunya.com/es/el-viaje-de-tu-vida/vacaciones-en-familia>

Valoració tècnica màxima en punts: màxima 10.

- 1) Presentació d'una proposta de com a mínim 20 paraules clau a utilitzar per la campanya per aconseguir (o superar) els clics establerts en l'enunciat. Es valoraran les paraules clau proposades, les mètriques associades a les paraules clau i una justificació detallada de la seva elecció (3,5 punts).
- 2) Planificació d'una estructura clara de grups d'anuncis. Es valorarà la claredat de l'organització dels grups d'anuncis, així com l'eficiència en la segmentació per assolir els CPC òptim (fins a 3,5 punts).
- 3) Proposta detallada per a la gestió de 3.500€ del pressupost amb l'objectiu de superar els 5.000 clics establerts. Es valorarà la justificació de la proposta i els càlculs realitzats per maximitzar els resultats de la campanya SEM (3 punts)

3.2. Correcció d'un article SEO per a millorar-ne el posicionament:

<https://www.catalunya.com/es/continguts/article/experimenta-la-tardor-en-familia-a-catalunya-26-3-17>

Instruccions:

Anàlisi d'un article per tal de trobar els possibles errors i propostes de correcció per tal d'adequar-lo a les necessitats SEO d'aquest.

Valoració tècnica màxima en punts: màxima 9.

- 1) Anàlisi, recopilació i presentació dels errors trobats a la pàgina de l'article (4 punts).
- 2) Propostes de correcció a cada errada trobada (5 punts)

Un cop efectuada la valoració de cadascun dels criteris d'adjudicació la valoració dels quals depèn d'un judici de valor, es comprovarà que almenys una de les propostes superi el valor determinat a la taula següent per a cadascun dels criteris de forma independent:

Criteris	Llindar mínim de valoració
2. Auditoria SEO d'una pàgina d'aterratge	24
3. Criteri de mostra	15,2

1. Si almenys una de les propostes supera el llindar mínim de valoració, d'acord amb els barems de la taula anterior, per cadascun dels criteris a valorar de forma independent, s'aplicarà la següent fórmula per obtenir les puntuacions de l'oferta que permetrà assignar la màxima puntuació a l'oferta millor valorada en cadascun d'aquests criteris:

P_{op} = Puntuació de l'Oferta a Puntuar
 P = Punts del criteri
 VT_{op} = Valoració Tècnica de l'Oferta que es Puntua
 VT_{mv} = Valoració Tècnica de l'Oferta Millor Valorada

$$P_{op} = P \times \frac{VT_{op}}{VT_{mv}}$$

2. Si en algun criteri cap de les propostes supera el llindar mínim de valoració, es considerarà que la puntuació a atorgar en aquell criteri és el valor obtingut en la fase de valoració de les propostes:

$$P_{op} = VT_{op}$$

P_{op} = Puntuació de l'Oferta a Puntuar
 VT_{op} = Valoració Tècnica de l'Oferta que es Puntua

Q2. Justificació dels criteris d'adjudicació

1. Preu: (fins a 51 punts):

Es decidirà per saber quina és la proposta més econòmica, atès que es cerca arribar a l'objectiu d'aconseguir la major i millor eficiència en la utilització dels fons públics. Tal com estableix l'article 146.2 de la LCSP, s'aplica la fórmula matemàtica proposada perquè és lineal respecte a la puntuació que s'atorga a les diferents ofertes. En aquest sentit, amb la fórmula proposada s'atorga la màxima puntuació a l'oferta que presenta el preu més econòmic respecte al preu màxim de licitació, i la mínima puntuació a l'oferta que presenta el preu més alt respecte al preu màxim de licitació. La fórmula compleix criteris de transparència, igualtat de tractament, proporcionalitat, presenta lògica i no és arbitrària. Al mateix temps és la mateixa fórmula que es proposa per puntuar les ofertes econòmiques en 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, en les licitacions de contractes de l'Administració de la Generalitat de Catalunya.

2. Auditoria SEO d'una pàgina d'aterratge (fins a 30 punts):

Aquest criteri s'ha dissenyat per avaluar la profunditat tècnica, la coherència estratègica i la viabilitat de les propostes presentades pels licitadors en l'àmbit de SEO i SEM. A través de l'auditoria d'una de les pàgines del portal, les empreses demostrin la comprensió de les bases del posicionament web, així com les oportunitats de millora des del punt de partida. Es pot veure, també, la capacitat tècnica per a detectar problemes, mancances i també proposar millores.

3. Criteri de mostra (fins a 19 punts):

El criteri de mostra té com a objectiu demostrar la competència en treballs SEO/SEM que promoguin Catalunya com a destinació turística en diferents mercats. Es prestarà atenció en la proposta del treball de l'acció SEM: proposta de paraules clau, grups d'anuncis i aprofitament del pressupost per a obtenir-ne el màxim de clics. Així mateix, les empreses poden demostrar la seva competència en el treball de SEO on-page, enfocats al SEO tècnic, etiquetatge i continguts; coneixements totalment necessaris per a millorar el posicionament web d'un portal de promoció turística.

Q3. Justificació del llindar mínim i del Valor de ponderació (VP)

Justificació del llindar mínim de valoració: 80%

Es decideix aplicar un llindar mínim de valoració del 80% atès que es considera que per sobre d'aquest llindar la proposta serà propera a l'excel·lència en el criteri d'adjudicació en qüestió i, per tant, la proposta seria mereixedora d'obtenir la màxima puntuació d'acord amb la fórmula proposada per 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.

Justificació del Valor de Ponderació (VP): 1

Es decideix aplicar un Valor de Ponderació igual a 1 d'acord amb el que estableix 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

R. Criteris per a la determinació de l'existència de baixes presumptament anormals

a) En el supòsit que només hi concorri una única empresa, aquesta es considerarà incursa en valors anormalment baixos quan l'oferta econòmica sigui inferior en un 35% del preu unitari màxim establert.

b) En el cas que concorrin a la licitació dues empreses, es considerarà que l'oferta és anormalment baixa si es compleixen aquests dos supòsits:

1. El preu ofert per una de les empreses és inferior en més d'un 20% al preu ofert per l'altra empresa.
2. El sumatori de les puntuacions diferents del preu d'una de les empreses és superior en més d'un 20% al sumatori de les puntuacions diferents del preu de l'altra empresa.

c) En el cas que concorrin a la licitació tres o més empreses, es considerarà una oferta incursa en valors anormalment baixos quan la puntuació obtinguda pels criteris d'adjudicació que no són preu estigui per damunt de la suma de les següents variables 1 i 3, i que, al mateix temps, l'oferta obtinguda per preu sigui inferior a la mitjana aritmètica de les ofertes econòmiques presentades en un percentatge superior al 15%.

1. La mitjana aritmètica de la puntuació obtinguda per les empreses licitadores en els criteris d'adjudicació que no són preu.
2. La desviació de cadascuna de les puntuacions obtingudes per les empreses licitadores respecte a la mitjana de les puntuacions en els criteris que no són preu.
3. El càlcul de la mitjana aritmètica de les desviacions obtingudes, en valor absolut, és a dir, sense tenir en compte el signe positiu o negatiu, pels criteris que no són preu.

S. Termini de garantia tècnica

☒ Sí

Indicar el termini en mesos: tres

☐ No

Justificar els motius:

T. Proposta de persones que formaran part de la mesa de contractació

President/a:

TITULAR	
Nom i cognoms	Càrrec
Patrick Torrent	Director executiu de l'Agència Catalana de Turisme
SUPLENT	
Nom i cognoms	Càrrec
Miquel Alabern	Director Unitat de Màrqueting Relacional



Persones vocals tècniques:

TITULARS		
Nom i cognoms		Càrrec
1	Xavier Patau Chaves	Cap de continguts i nous formats
2	Xavier García Vinyes	Webmaster de canals i estratègia digital

SUPLENTS		
Nom i cognoms		Càrrec
1	Nuria Nogués	Tècnica de canals i estratègia digital
2	Blanca Sau	Tècnica de canals i estratègia digital

U. Proposta de persones que formaran part del comitè d'experts

☒ No s'escau, atès que els criteris d'adjudicació avaluable automàticament (objectius) tenen una valoració no inferior al 50%.

En virtut del que s'ha exposat,

PROPOSO

Que s'iniciï la contractació administrativa en els termes anteriorment indicats.