



Gran Teatre del Liceu

EXPEDIENT: EXP. 012-T2425-MKT-SE

INFORME VALORACIÓ OFERTES AVALUABLES OBJECTIVAMENT I VALORACIÓ FINAL

AGÈNCIA DE MITJANS PER LA CONTRACTACIÓ DELS ESPAIS PUBLICITARIS OFFLINE I ONLINE I EL
DISSENY DE L'ESTRATÈGIA DE MITJANS PER LA FUNDACIÓ DEL GRAN TEATRE DEL LICEU

Barcelona a 10 de febrer de 2025

1. OBJECTE DEL INFORME

L'objecte del present informe és emetre la valoració de les ofertes econòmiques i de criteris automàtics presentades en el sobre número 3 pels licitadors admesos i de valoració final en la qual es sumen les puntuacions obtingudes per cada empresa en la seva proposta tècnica i de criteris automàtics en el procediment per la contractació del servei d'una agència de mitjans que durà a terme els serveis de disseny de l'estratègia i pla de mitjans de la Fundació del Gran Teatre del Liceu, la negociació de les tarifes i descomptes, la contractació dels espais publicitaris i l'anàlisi i seguiment de les campanyes publicitàries de la FGTL.

2. EMPRESES LICITADORES

Les empreses licitadores que van presentar la seva oferta són les següents:

- CARAT ESPAÑA SAU
- INICIATIVA DE MEDIOS SA ("INICIATIVA DE MEDIOS")
- IKI MEDIA COMMUNICATIONS SL ("IKI MEDIA")
- T2O ADMEDIA SERVICES SL ("T2O")
- MEDIALOG COMMUNICATIONS SL ("MEDIALOG")
- ADSPLANNING SL ("ADSPLANNING")

3. RESULTATS DE LA VALORACIÓ DE L'OFERTA SOTMESA A JUDICIS DE VALOR (SOBRE NÚMERO 2)

En data 27 de gener de 2025 es va realitzar l'obertura del sobre número 2 que conté la documentació relativa a les propostes avaluable mitjançant un judici de valor. Realitzada la valoració, i conforme a allò exposat a l'informe de valoració tècnica de data 31 de gener de 2025, la puntuació obtinguda per les empreses licitadores va ser la que s'indica a continuació:

Concepte	Puntuació màxima	Puntuació oferta tècnica					
		CARAT ESPAÑA SAU	INICIATIVA DE MEDIOS SA	IKI MEDIA COMMUNICATIONS SL	T2O ADMEDIA SERVICES SL	MEDIALOG COMMUNICATIONS SL	ADSPLANNING SL
Totalitat de mitjans on / off	5	5	5	3	3	0	5
Recomanacions en funció del sector, tipus de producte,	5	3	3	3	0	3	3

preu, target							
Pla de mitjans calendaritzat	6	6	6	3	3	3	6
Justificació i raonament del pla proposat	6	6	3	3	3	3	3
Metodologia seguida	2	2	0	2	0	2	2
Seguiment de l'eficiència publicitària	3	3	3	3	1	3	3
Informe final tancament de campanya	3	3	1	3	1	3	3
	30	28	21	20	11	17	25

Com a conclusió de les puntuacions de criteris de valoració mitjançant un judici de valor, les empreses **CARAT ESPAÑA S.A.U., INICIATIVA DE MEDIOS S.A. i ADPSLANNING, S.L.** van superar la fase de requeriments tècnics amb una puntuació superior a 21 punts.

Les empreses **IKI MEDIA COMMUNICATIONS SL, T2O ADMEDIA SERVICES SL i MEDIALOG COMMUNICATIONS SL** van presentar una proposta tècnica que no assolía els llindars mínims establerts en el plec de condicions particulars de 21 punts en els criteris que depenen d'un judici de valor, motiu pel qual van ser excloses de la present licitació per acord de la Mesa de Contractació de data 5 de febrer de 2025.

4.- VALORACIÓ DE CRITERIS AVALUABLES MITJANÇANT FORMULES AUTOMÀTIQUES (SOBRE NÚMERO 3):

Conforme a allò establert a l'Annex 7 del PCAP, per a la present licitació es van establir els següents criteris de valoració avaluables automàticament:

A. CRITERIS AUTOMÀTICS (avaluables mitjançant fórmula. De 0 a 70 punts)

A.1 OFERTA ECONÒMICA

1.1 PREUS UNITARIS DELS DIFERENTS SERVEIS D'AGÈNCIA (De 0 a 25 punts):

CONCEPTE	% / import màxim	PUNTUACIÓ MÀXIMA
----------	---------------------	---------------------

Campanyes digitals

Cost Tecnologia Click+ Command	0,012€/click	2,5
Cost Píxel 1x1	0,04€/click	2,5
Overdelivery	4%	2,5
Pixels campanya (taggejat GA) + Tracking UTM's per campanya	200 €	12
Paid Search (inclou Google Grants):		
Fee	4,5%	3
Cost tecnologia i adserving	1%	2,5

25

1.2 PREUS UNITARIS DELS PRINCIPALS MITJANS CONTRACTATS (De 0 a 45 punts)

PUBLICITAT	Format	Preu màxim (valor absolut) o descompte (%) abans d'IVA	Valor absolut, descompte o tipologia de cost (en campanyes digitals)	PUNTUACIÓ màxima
PRINT - DIARIS GENERALISTES				
La Vanguardia CASH	Pàgina color laborable	2.500 €	valor	1

La Vanguardia CASH	Pàgina color festiu	4.000 €	valor	1
El periódico	Pàgina color laborable o festiu	90	%	1
El País	Pàgina color laborable o festiu	83	%	1
El punt - Avui , Presència, L'esportiu, Cultura i l'Econòmic	Pàgina color laborable o festiu	85	%	1
El punt - Avui , Presència, L'esportiu, Cultura i l'Econòmic	Modul inferior a pàgina color laborable festiu	90	%	1
La Razón	Pàgina color laborable o festiu	90	%	1
Ara	Pàgina color laborable	90	%	1
ABC Edició Nacional	Pàgina color laborable o festiu	89	%	1
FALSA PORTADA - DIARIS GENERALISTES				
La Vanguardia	Falsa portada segons especificacions del mitjà, inclou impressió	30.00 0 €	valor	1
El periódico	Falsa portada segons especificacions del mitjà, inclou impressió	14.00 0 €	valor	1
El país (Catalunya)	Falsa portada segons especificacions del mitjà, inclou impressió	20.00 0 €	valor	0,5
El país (Espanya)	Falsa portada segons especificacions del mitjà, inclou impressió	50.00 0 €	valor	0,5
Ara	Falsa portada segons especificacions del mitjà, inclou impressió	12.00 0 €	valor	0,5

RADIO				
Rac1	Descompte per falca	80	%	1
Onda Cero CASH	Descompte per falca	90	%	1
Cadena Ser	Descompte per falca	84	%	1
Catalunya Radio	Descompte per falca	60	%	1
Radio Estel	Descompte per falca	45	%	1
TV				
TV3	Preu per anunci planificat	81	%	1
DIGITAL				
Brand Day / Brand Week o altres formats				
lavanguardia.com	Brand Day home IP CAT	10.000 €	valor	1
lavanguardia.com	Brand Week (secció local CAT - BCN)	2.000 €	valor	1
Timeout.com	Display / Formats dobles . 140.000 impressions (2 setmanes)	1.000 €	valor	1
Timeout.com	Branded content/ article digital. dinamització 3 setmanes home +Amplificació article a XXSS + Destacat Newsletter	1.000 €	valor	1
Timeout.com	Amplificació editorial amb un Contet Gallery Post (Post Premium)	1.000 €	valor	1
ara.cat	Brand Day home IP CAT	2.000 €	valor	1

El Nacional	Brand Day Home IP CAT	1.750 €	valor	1
El país	Brand Day Home (IP Catalunya) Billboard+Doblerroba+Ski es+Mobile	7.500 €	valor	1
El país	Brand Week España/Cataluña	6.000 €	valor	1
Programàtica	3 criteris segmentació: interessos, socio-demo (target: esporàdics o potencials)	2	CPM	1
Xarxes				
META	3 criteris segmentació: interessos, socio-demo (target: esporàdics o potencials)	0,70	CPM	1,5
YOU TUBE	Campanya Video allotjat. Segmentació : target Espòradics (IND 40-65 BCN + AMB) Potenciales (IND 35-50 BCN + AMB)(In-Market de Tickets Teatre, Musicals i Concerts + Categories d'Arts, Entreteniment & Oci)	0,04	CPV	1,5
OOH				
TMB Autobusos	Bus integral (inclou lloguer i producció)	30	%	1
Campanya opis CLEAR CHANNEL	Diversos circuits zones seleccionades (digital o paper)	65	%	1

Cartell botiga	3000 cartells diferents zones	1.600 €	valor	1
Distribució punts culturals programa nova temporada	18.000 programes	3.325 €	valor	1
Pantalles centres comercials	IWALL - L'illa Diagonal	55	%	1
INFLUENCIA				
Acció influencers	8 instagramers / 24 IG Stories / Impactes garantits (Boost+Orgànic): 803.250	0,014	CPI	1

PLATAFORMES D'STREAMING i HbbTV				
Netflix	Pre-roll 20" IP: Catalunya	30	CPM	0,5
Prime Video Ads	Pre-roll 20" IP: Catalunya	30	CPM	0,5
Disney Plus	Pre-roll 20" IP: Catalunya	40	CPM	0,5
Sky Showtime	Pre-roll 20" - IP: Espanya	32	CPM	0,5
Sky Showtime + Pluto	Pre-roll 20" - IP: Catalunya	25	CPM	0,5
Atresplayer Free - CTV	Pre-roll 20" IP: Catalunya	80	CPM	0,5
Atresplayer Premium - CTV	Pre-roll 20" IP: Catalunya	105	CPM	0,5
Atresmedia	HBBTV display IP: Catalunya	40	CPM	0,5
	HBBTV video IP: Catalunya	60	CPM	0,5
Mitele - CTV	Pre-roll 20" IP: Catalunya	110	CPM	0,5
Mediaset	HBBTV display IP: Catalunya	40	CPM	0,5
	HBBTV video IP: Catalunya	60	CPM	0,5

3cat	Pre-roll 20" IP: Catalunya	115	CPM	0,5
	Audio 20" IP: Catalunya	115	CPM	0,5
	Display RobaDoble IP: Catalunya	60	CPM	0,5

45

RESUM CRITERIS ADJUDICACIÓ	PUNTUACIÓ	%
Criteris avaluables objectivament		
Preus unitaris dels diferents serveis d'agència	25	25%
Preus unitaris dels principals mitjans contractats	45	45%
Total oferta evaluable objectivament	70	70%
Criteris avaluables mitjançant judici de valor	30	30%
TOTAL PUNTUACIÓ	100	100%

VII.- JUSTIFICACIÓ DE FÓRMULES:

De conformitat amb l'article 146.2 de la LCSP, per a l'avaluació de les ofertes conforme a criteris quantificables mitjançant la mera aplicació de fórmules, s'utilitzaran les següents.

L'oferta econòmica serà valorada amb la fórmula que s'indica a continuació d'acord amb la Directriu 1/2020 de la Direcció General de Contractació de la Generalitat de Catalunya

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

On:

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

Essent el $VP=1$ i IL : Import de Licitació, és a dir import o preu unitari sobre el qual es presenta oferta

La fórmula per puntuar les ofertes a l'alça de l'apartat 1.1 oferta negociació tarifes de mitjans és la següent:

S'atorgarà la màxima puntuació a aquell licitador que oferti un major percentatge i proporcionalment la resta d'ofertes, d'acord amb la següent fórmula:

Oferta x P.Màx.

Puntuació = -----
 Millor oferta

On:
 Puntuació= puntuació final
 Oferta= % de l'oferta
 Millor oferta= % de l'oferta màxima
 P.Màx. = puntuació màxima

Criteris per l'apreciació d'ofertes desproporcionades o anormals:

Es considerarà que les ofertes poden contenir valors anormals o desproporcionats en els següents casos:

- Quan concorri un únic licitador si la seva oferta econòmica presenta una baixa superior al 25% del pressupost base de licitació o preu unitari objecte de valoració.
- Quan concorrin dos licitadors aquella oferta econòmica que presenti una baixa superior al 20% del pressupost base de licitació o preu unitari objecte de valoració.
- Quan concorrin tres licitadors aquelles ofertes que siguin inferiors en més del 15% a la mitjana aritmètica de les ofertes presentades calculada amb dos decimals. No obstant pel càlcul s'ha d'excloure l'oferta de major quantia quan sigui superior en més de 10 unitats percentuals a aquella mitjana.
- Quan concorrin quatre o més licitadors si l'oferta econòmica és inferior en més del 15% a la mitjana aritmètica de les ofertes presentades calculada amb dos decimals. No obstant això si entre aquestes hi ha ofertes superiors a la mitjana en més de 10 punts percentuals es calcularà de nou la mitjana només amb les ofertes que no es trobin en aquest supòsit.

En aquests casos es seguirà el procediment contradictori establert als plecs de condicions particulars per l'acceptació o rebuig de l'oferta. L'oferta susceptible de contenir valors anormals o desproporcionats serà exclosa si en el tràmit d'audiència de l'empresa licitadora que ha presentat una oferta qualificada d'anormalment baixa s'evidencia que els preus unitaris dels

salariis dels treballadors considerats en l'oferta són inferiors al que estableix el conveni sectorial d'aplicació.

5.- OFERTES PRESENTADES

En data 5 de febrer de 2025, després d'aplicar les credencials s'ha obert el sobre número 3 amb el contingut de l'oferta econòmica. Les ofertes presentades per les empreses licitadores admeses s'adjunten com a Document annex al present informe.

6.- VALORACIÓ DE LES OFERTES PRESENTADES

D'acord amb els criteris d'adjudicació quina valoració depèn de formules automàtiques establerts a l'Annex 7 del PCAP, les puntuacions dels criteris automàtics son les següents:

	CARAT	INICIATIVA DE MEDIOS	ADSPLANNING
	PUNTS	PUNTS	PUNTS
CONCEPTE			
Cost Tecnologia Click+ Command	2,15	1,79	2,50
Cost Píxel 1x1	2,50	0,38	2,50
Overdelivery	2,50	1,25	2,50
Píxels campanya (taggejat GA) + Tracking UTM's per campanya	12,00	6,00	12,00
Paid Search (inclou Google Grants):			
Fee	3,00	2,50	3,00
Cost tecnologia i aderving	2,50	2,50	2,50
	24,65	14,42	25,00

	CARAT	INICIATIVA DE MEDIOS	ADSPLANNING
Format	PUNTS	PUNTS	PUNTS
Pàgina color laborable	0,92	0,97	1,00
Pàgina color festiu	1,00	0,93	0,95
Pàgina color laborable o festiu	1,00	0,99	1,00
Pàgina color laborable o festiu	0,97	0,98	1,00
Pàgina color laborable o festiu	0,96	0,99	1,00
Modul inferior a pàgina color laborable festiu	1,00	0,94	0,95
Pàgina color laborable o festiu	1,00	0,94	0,98
Pàgina color laborable	0,98	0,99	1,00
Pàgina color laborable o festiu	0,99	0,96	1,00
Falsa portada segons especificacions del mitjà, inclou impressió	0,95	1,00	1,00
Falsa portada segons especificacions del mitjà, inclou impressió	0,93	0,91	1,00
Falsa portada segons especificacions del mitjà, inclou impressió	0,45	0,47	0,50
Falsa portada segons especificacions del mitjà, inclou impressió	0,45	0,42	0,50
Falsa portada segons especificacions del mitjà, inclou impressió	0,43	0,45	0,50
Descompte per falca	0,87	0,99	1,00
Descompte per falca	1,00	0,96	0,98
Descompte per falca	0,92	0,98	1,00
Descompte per falca	0,86	0,97	1,00
Descompte per falca	1,00	0,52	0,64
Preu per anunci planificat	0,85	0,86	1,00
Brand Day home IP CAT	1,00	0,74	0,75
Brand Week (secció local CAT - BCN)	1,00	0,95	0,98
Display / Formats dobles . 140.000 impressions (2 setmanes)	1,00	0,85	0,90
Branded content/ article digital. dinamització 3 setmanes home +Amplificació article a XXSS + Destacat Newsletter	1,00	0,90	0,96
Amplificació editorial amb un Contet Gallery Post (Post Premium)	1,00	0,75	0,81
Brand Day home IP CAT	1,00	0,95	0,91
Brand Day Home IP CAT	1,00	0,90	0,94
Brand Day Home (IP Catalunya) Billboard+Doblerroba+Skies+Mobile	1,00	0,85	0,82
Brand Week España/Cataluña	1,00	0,97	0,93
3 criteris segmentació: interessos, socio-demo (target: esporàdics o potencials)	0,40	0,80	1,00
3 criteris segmentació: interessos, socio-demo (target: esporàdics o potencials)	0,73	0,62	1,50
Campanya Video allotjat. Segmentació : target Esporàdics (IND 40-65 BCN + AMB) Potenciales (IND 35-50 BCN + AMB)(In-Market de Tickets Teatre, Musicals i Concerts + Categories d'Arts, Entreteniment & Oci)	1,46	1,09	1,50
Bus integral (inclou lloguer i producció)	0,57	0,62	1,00
Diversos circuits zones seleccionades (digital o paper)	0,98	1,00	0,98
3000 cartells diferents zones	1,00	0,79	0,86
18.000 programes	1,00	0,84	0,84
IWALL - L'illa Diagonal	0,96	0,92	1,00
8 instagramers / 24 IG Stories / Impactes garantits (Boost+Orgànic): 803.250	0,64	0,64	1,00
Pre-roll 20" IP: Catalunya	0,50	0,35	0,45
Pre-roll 20" IP: Catalunya	0,48	0,39	0,50
Pre-roll 20" IP: Catalunya	0,50	0,44	0,45
Pre-roll 20" - IP: Espanya	0,48	0,38	0,50
Pre-roll 20" - IP: Catalunya	0,38	0,32	0,50
Pre-roll 20" IP: Catalunya	0,48	0,44	0,50
Pre-roll 20" IP: Catalunya	0,50	0,47	0,50
HBBTV display IP: Catalunya	0,38	0,29	0,50
HBBTV video IP: Catalunya	0,43	0,37	0,50
Pre-roll 20" IP: Catalunya	0,46	0,46	0,50
HBBTV display IP: Catalunya	0,41	0,31	0,50
HBBTV video IP: Catalunya	0,40	0,40	0,50
Pre-roll 20" IP: Catalunya	0,50	0,50	0,50
Audio 20" IP: Catalunya	0,47	0,46	0,50
Display RobaDoble IP: Catalunya	0,50	0,50	0,50
	41,16	38,49	43,07

7.- DETECCIÓ DE POSSIBLES VALORS ANORMALS O DESPROPORCIONATS

S'han aplicat els criteris objectius establerts a l'Annex 7 del PCAP per determinar l'existència d'alguna oferta amb valors anormals o desproporcionats sense que n'hi hagi cap.

8.- VALORACIÓ FINAL DE LES OFERTES PRESENTADES

Com a resultat de les dues valoracions, la puntuació final de les ofertes tècniques sotmeses a un judici de valor i de les ofertes valorables objectivament és la següent:

RESUM DE LA PUNTUACIÓ TOTAL

	CARAT ESPAÑA SAU		INICIATIVA DE MEDIOS SA		ADSPLANNING SL
Puntuació Preus tarifa	41,16		38,49		43,07
Puntuació Comissions de servei	24,65		14,42		25,00
Total Puntuació Automàtica	65,80		52,91		68,07
Puntuació Tècnica	28		21		25
Total GLOBAL	93,80		73,91		93,07

9.- CONCLUSIONS

La classificació de les empreses presentades i admeses en la present licitació és la següent:

CARAT ESPAÑA SAU	93,80
ADSPLANNING SL	93,07
INICIATIVA DE MEDIOS SA	73,91

Vist el resultat de la valoració, l'empresa **CARAT ESPAÑA S.A.U.**, ha presentat l'oferta que ha obtingut la major puntuació, amb **93,80 punts**, i per aquest motiu es proposa a l'Òrgan de Contractació la seva adjudicació.

Mireia Martínez

Directora de Màrqueting