



MEMÒRIA JUSTIFICATIVA PER LA CONTRACTACIÓ DELS SERVEIS D'ASSESSORAMENT, PLANIFICACIÓ, NEGOCIACIÓ I INSERCIÓ DE PUBLICITAT I CONTINGUTS EN ELS MITJANS DE COMUNICACIÓ DE LES CAMPANYES DEL PATRONAT DE TURISME DE LA DIPUTACIÓ DE LLEIDA.

ÍNDEX

1.	Objecte del contracte i CPV	Pàg. 1
2.	Divisió del contracte en lots	Pàg. 1
3.	Necessitat a la que es pretén donar satisfacció mitjançant la contractació de les prestacions corresponents i la seva relació amb l'objecte del contracte	Pàg. 1
4.	Motivació de la insuficiència de mitjans	Pàg. 2
5.	Dades econòmiques	Pàg. 2
6.	Procediment de contractació i adjudicació	Pàg. 5
7.	Naturalesa i tipologia del contracte	Pàg. 5
8.	Durada i termini d'execució del contracte	Pàg. 5
9.	Criteris de solvència econòmica i financera i tècnica o professional	Pàg. 5
10.	Criteris d'adjudicació del contracte	Pàg. 7
11.	Condicions especials d'execució del contracte	Pàg. 22
12.	Lliurament dels treballs	Pàg. 22
13.	Facturació	Pàg. 23
14.	Responsable del contracte	Pàg. 24

DOCUMENT DOCUMENT GENÈRIC: 01_0302205 memòria Central de MitjansV2 (versió 2)	IDENTIFICADORS
ALTRES DADES Codi per a validació: CP97Y-ES5EI-ZYTJ3 Data d'emissió: 3 de Març de 2025 a les 10:52:37 Pàgina 2 de 25	SIGNATURES 1.- Cap Servei Premsa de PATRONAT DE TURISME. Signat 04/02/2025 11:47 2.- Director/a de PATRONAT DE TURISME. APR 05/02/2025 08:54 ESTAT SIGNAT 05/02/2025 08:54



1. Objecte del contracte i CPV

L'objecte d'aquest contracte consisteix en la prestació dels serveis d'assessorament, planificació, negociació i inserció de publicitat i continguts en els mitjans de comunicació de les campanyes promocionals del Patronat de Turisme de la Diputació de Lleida (en endavant, Patronat de Turisme). La finalitat és l'establiment de les condicions econòmiques, preus màxims i descomptes mínims, sobre les tarifes vigents dels espais en els mitjans i suports detallats en el model Annex d'oferta subjecta a criteris automàtics que s'adjunta, així com la fixació de la comissió d'agència aplicable durant la durada del contracte.

Abast: Les tasques del proveïdor englobaran, en tots casos les següents accions:

- Determinació de l'estratègia de publicitat en els diferents mitjans, per a cada temporada acordant, amb el responsable del contracte, la concreció de les mateixes.
- Planificació, gestió, inserció, seguiment de la presència en mitjans de les campanyes i publicitats preparades.
- Gestió del lliurament del material necessari i informació sobre les dates màximes i les especificacions tècniques requerides pels mitjans/suports de les campanyes.
- Realització d'informes sobre les diferents campanyes institucionals de promoció turística que anualment impulsa el Patronat de Turisme.

CPV: 79341200-8 **Serveis de gestió Publicitària**

2. Divisió del contracte en lots

D'acord amb l'article 99.3 .b)), justifica la no divisió en lots el fet que la realització independent de les prestacions compreses en l'objecte del contracte dificultaria la correcta execució del mateix, des del punt de vista tècnic. Es requereix disposar d'un únic proveïdor del servei de gestió publicitària que asseguri la presència en els diferents mitjans de les campanyes que s'estan desenvolupant al llarg de la durada del contracte.

Per tant, tenint en compte la informació anteriorment aportada, i donada la necessitat a satisfer, buscant la coherència i coordinació en el servei corresponent, buscant l'estalvi de costos, i per coherència i aplicant la lògica, donades les característiques de la prestació a dur a terme, no es pot dur a terme la divisió en lots.

3. Necessitat a la que es pretén donar satisfacció mitjançant la contractació de les prestacions corresponents i la seva relació amb l'objecte del contracte

El Patronat de Turisme porta a terme anualment diferents campanyes publicitàries de promoció turística de les comarques del Pirineu i les Terres de Lleida, tant en l'àmbit estatal com internacional, amb la finalitat de reforçar el posicionament de la marca turística "Ara Lleida" als principals mercats emissors i alhora millorar-ne la presència als mercats de proximitat i poder estimular l'arribada de turistes cap a la destinació, motiu pel qual s'estableix la necessitat de contractar una agència de Planificació de Mitjans.

L'objecte d'aquesta contractació respon a la necessitat del Patronat, de disposar d'un proveïdor que aporti l'estratègia, planificació, gestió, inserció, seguiment i realització d'informes sobre les diferents campanyes institucionals de promoció turística que el Patronat de Turisme impulsa anualment.



DOCUMENT DOCUMENT GENÈRIC: 01_0302205 memòria Central de MitjansV2 (versió 2)	IDENTIFICADORS	
ALTRES DADES Codi per a validació: CP97Y-ES5EI-ZYTJ3 Data d'emissió: 3 de Març de 2025 a les 10:52:37 Pàgina 3 de 25	SIGNATURES 1.- Cap Servei Premsa de PATRONAT DE TURISME. Signat 04/02/2025 11:47 2.- Director/a de PATRONAT DE TURISME. APR 05/02/2025 08:54	ESTAT SIGNAT 05/02/2025 08:54



4. Motivació de la insuficiència de mitjans

En relació amb el procediment de contractació del servei d'assessorament, planificació, negociació i inserció de publicitat i continguts en els mitjans de comunicació de les campanyes del Patronat de Turisme, s'informa que:

- Donades les característiques tècniques d'aquest contracte l'àrea de Comunicació del Patronat de Turisme no compta amb els mitjans tècnics i humans per a poder portar a terme la prestació directa d'aquest servei. De la mateixa manera, el departament no disposa de col·laboradors destinats a la realització de les tasques descrites anteriorment.
- El servei d'assessorament, planificació, negociació i inserció de publicitat i continguts en els mitjans de comunicació que es vol contractar engloba unes tasques específiques i concretes no habituals així com un suport tècnic especialitzat, que només es poden prestar per una empresa especialitzada en aquesta matèria.
- La contractació d'una empresa, per una banda, reforça l'expertesa en dominis específics en l'objecte de la contractació i per una altra, proporciona recursos humans per portar a terme els serveis requerits.

Per l'esmentat anteriorment, atès que la prestació objecte del contracte no es pot realitzar amb els mitjans propis de l'entitat, resulta del tot necessari la contractació del servei objecte d'aquesta licitació.

5. Dades econòmiques

5.1. Determinació del Preu

La prestació dels serveis d'assessorament, planificació, negociació i inserció de publicitat i continguts en els mitjans de comunicació de les campanyes promocionals del Patronat de Turisme de la Diputació de Lleida és una part de l'activitat publicitària, que, juntament amb la creació de les campanyes i el contingut, són, a la vegada, una part del màrqueting d'Ara Lleida.

Les campanyes han d'arribar al públic adient de la manera més eficient possible (amb l'estratègia encertada i avantatjosa en termes econòmics), essent imprescindible que la traducció econòmica de la voluntat de presència als mitjans sigui la correcta i adequada.

La previsió de l'import assignat a aquesta licitació s'ha dut a terme tenint en compte les característiques tècniques de les tasques sol·licitades i objecte del contracte, basant-se en les accions de publicitat i presència en mitjans dutes a terme en les anualitats anteriors.

El Patronat de Turisme al llarg de les anteriors anualitats, i en funció de les campanyes a publicitar i promocionar, ha destinat els següents imports:

- Campanya Hivern 2023- 2024: 401.406,12 € (iva inclòs)
- Campanya Primavera 2024: 96.146,66 € (iva inclòs)
- Campanya Estiu 2024: 386.861,58 € (iva inclòs)
- Campanya Tardor 2024: 65.000,00 € (iva inclòs)

Aquests imports es deriven dels Plans de Comunicació que ha validat el Patronat de Turisme i que han estat realitzats i efectuats per l'empresa encarregada de la gestió de mitjans en la contractació actualment vigent.

En total, la despesa efectuada en l'anualitat 2024 ascendeix a un total de: 949.414,36 € (iva inclòs).

Adicionalment per la configuració del PBL, s'ha hagut de tenir en compte l'increment de preus de mercat en l'àmbit publicitari que anualment s'ha produït un cop superada l'època COVID-19.



DOCUMENT DOCUMENT GENÈRIC: 01_0302205 memòria Central de MitjansV2 (versió 2)	IDENTIFICADORS
ALTRES DADES Codi per a validació: CP97Y-ES5EI-ZYTJ3 Data d'emissió: 3 de Març de 2025 a les 10:52:37 Pàgina 4 de 25	SIGNATURES 1.- Cap Servei Premsa de PATRONAT DE TURISME. Signat 04/02/2025 11:47 2.- Director/a de PATRONAT DE TURISME. APR 05/02/2025 08:54
	ESTAT SIGNAT 05/02/2025 08:54



Cal destacar que el PBL pot configurar-se, així mateix, per diferents sistemes, entre ells l'expertesa, experiència, coneixements, estudis i professionalitat dels tècnics que han configurat els plecs tècnics.

Tenint en compte l'import destinat en previs anualitats, l'expertesa tècnica i experiència i coneixements, estudis i professionalitat dels tècnics, així com l'increment d'import derivat de la pujada de preus de mitjans publicitaris, es manifesta addicionalment la necessitat d'incrementar la presència en mitjans de caire Internacional, i així mateix, la necessitat de desestacionalitzar el turisme, la qual cosa comporta la necessitat de posicionar les campanyes de primavera i tardor a un nivell similar a la importància econòmica que disposen les campanyes d'hivern i primavera. La conseqüència és l'increment del PBL d'acord amb les taules exposades més endavant.

Addicionalment el PBL incorpora i en el seu import s'han tingut en compte les despeses directes que es puguin derivar de la contractació, així com les indirectes, incloent en aquestes el benefici empresarial i les despeses generals associades.

En base a les necessitats exposades i els objectius perseguits així com l'exposat més amunt, s'ha considerat necessari realitzar una valoració tenint en compte preus unitaris mínims i descomptes màxims sobre tarifa, per assegurar aquesta part tan important que és partir d'uns preus avantatjosos.

Addicionalment, al llarg de la durada del contracte l'empresa contractista, amb les seves capacitats tècniques, que també es puntuen a la licitació, ha de presentar les estratègies de mitjans segons les necessitats de comunicació, tot aplicant com a màxim els preus unitaris i les comissions d'agència oferts i com a mínim els descomptes oferts.

5.2. Pressupost Base de Licitació

El pressupost base de la licitació, **per a les dues anualitats de durada inicial del contracte**, és de **3.000.000 €**, més **630.000 €** en concepte d'IVA del 21%, que fan un total de **3.630.000,00 €**, desglossat de la forma següent:

Anys	Pressupost net	IVA (21%)	Total
2025	1.500.000,00 €	315.000,00 €	1.815.000,00 €
2026	1.500.000,00 €	315.000,00 €	1.815.000,00 €
Total	3.000.000,00 €	630.000,00 €	3.630.000,00 €

Aquest pressupost base de licitació s'ha calculat a partir d'una estimació de les necessitats del Patronat de Turisme en els darrers dos anys tenint en compte els objectius definits i a ser perseguits en funció del Pla Estratègic i, en relació a l'exposat en el punt anterior l'increment d'import.

Així mateix es justifica l'increment del preu en els següents termes:

- Increment de 200.000,00 € per campanyes d'estiu i hivern
- Destinació del triple de recursos a la promoció de campanyes de tardor i primavera fonamentat en la manca de previsió de les campanyes anteriors per promocionar-les en mitjans audiovisuals (televisió, xarxes socials) i en mitjans gràfics tradicionalment destinats a campanyes d'hivern (tanques), essent un total de 124.000,00 € per cadascuna de les mateixes.

El sistema per a la determinació del preu del contracte serà en termes de **preus unitaris presentats per les licitadores, descomptes mínims i comissions d'agència màximes**.



El contracte s'executarà en funció de les necessitats reals de campanyes o accions de comunicació del Patronat de Turisme.

El Patronat de Turisme no resta obligat a exhaurir-lo.

5.3. Valor estimat del contracte

El valor estimat del contracte és 6.600.000€ (IVA exclòs) i es detalla en el quadre següent:

Durada inicial (2 anys)	Possibles pròrrogues (2 any)	Possibles modificacions (20% del preu inicial)	Total
3.000.000€	3.000.000€	600.000,00 €	6.600.000,00 €

5.4 Taula resum per anualitats PBL

Anualitats	Pressupost net	IVA (21%)	Total
Anualitat 1	1.500.000,00 €	315.000,00 €	1.815.000,00 €
Anualitat 2	1.500.000,00 €	315.000,00 €	1.815.000,00 €
Total	3.000.000,00 €	630.000,00 €	3.630.000,00 €

Import total: 3.000.000,00 €

IVA (21%): 630.000,00 €

PBL: 3.630.000,00 €

Aplicació pressupostària: 071 430 2260218 Campanyes publicitàries

Garantia i termini de garantia

Garantia provisional: No s'exigeix garantia provisional.

Garantia definitiva : La garantia a constituir serà equivalent al 5% del pressupost base de licitació, IVA exclòs, d'acord amb l'article 107.1 de la LCSP.

Termini de la garantia: Un cop transcorregut el termini d'execució del contracte i a comptar des de la data d'acceptació total d'aquest, s'estableixen el següent període de garantia 3 mesos des de la finalització total del contracte.

5.4 Modificació del Contracte

El contracte només es podrà modificar, per raons d'interès públic, d'acord amb l'article 203 i 204 i la DA 33a de la LCSP. En aquest cas, es preveu, que en el supòsit que durant la vigència del contracte, les **necessitats d'accions de comunicació o de campanyes fossin superiors a les previstes inicialment** el contracte podrà ser modificat en l'import estrictament necessari, podent suposar aquesta modificació un increment màxim del 20% del preu inicial iva exclòs.

La necessitat de modificació del contracte serà posada de manifest pel responsable del contracte.

Aquestes modificacions són obligatòries per a l'empresa contractista. En cap cas la modificació del contracte podrà suposar l'establiment de nous preus unitaris no previstos en el contracte.

El procediment a seguir en la modificació del contracte serà el següent:

- Informe del responsable del contracte justificatiu de les necessitats de modificació.
- Audiència al contractista per un termini de tres dies.
- Resolució de l'òrgan de contractació, previs els informes que siguin preceptius.
- La modificació del contracte s'haurà de formalitzar conforme a allò que s'estableix en l'article 153 de la LCSP, previ reajustament de garantia quan fos necessari.

DOCUMENT DOCUMENT GENÈRIC: 01_0302205 memòria Central de MitjansV2 (versió 2)	IDENTIFICADORS
ALTRES DADES Codi per a validació: CP97Y-ES5EI-ZYTJ3 Data d'emissió: 3 de Març de 2025 a les 10:52:37 Pàgina 6 de 25	SIGNATURES 1.- Cap Servei Premsa de PATRONAT DE TURISME. Signat 04/02/2025 11:47 2.- Director/a de PATRONAT DE TURISME. APR 05/02/2025 08:54 ESTAT SIGNAT 05/02/2025 08:54



No obstant això, el contracte també podrà modificar-se quan concorrin les circumstàncies previstes expressament a l'article 205 de la LCSP, sempre que no s'alteri les condicions essencials de la licitació i adjudicació.

6. Procediment de contractació i adjudicació

La tramitació del procediment serà ordinària.

El procediment d'adjudicació, procediment obert i sotmès a regulació harmonitzada

Criteris d'adjudicació: Per a la valoració de les proposicions i determinació de l'oferta amb millor relació qualitat - preu, s'atendrà a diferents criteris valorables de forma automàtica i sotmesos a judici de valor.

Es defineix en apartats posteriors d'aquesta memòria.

7. Naturalesa i tipologia de contracte

Tenint en compte l'abast de la prestació objecte del present contracte, i d'acord amb l'article 17 de la LCSP, pel contingut de la prestació a realitzar, estem davant un contracte de Serveis.

8. Durada i termini d'execució del contracte

Durada del contracte: La durada inicial del contracte serà de dos anys.

Pròrroga: 1 pròrroga de dos anys.

Inici del contracte: Es produirà a la signatura del contracte.

9. Criteris de solvència econòmica i financera i tècnica o professional

9.1. Solvència econòmica i financera (art. 87 LCSP)

De conformitat amb l'article 87 de la LCSP, l'acreditació de la solvència econòmica i financera de l'empresari s'haurà d'acreditar amb el Volum anual de negocis del licitador que referit a l'any de major volum de negocis dels tres últims conclusos disponibles en funció de la data de creació o d'inici de les activitats empresarials que haurà de resultar un import igual o superior a 2.475.000 €.

El volum anual de negocis serà acreditat mitjançant els seus comptes anuals aprovats i dipositats al Registre Mercantil, si l'empresari estigués inscrit en l'esmentat registre, i en cas contrari, pels dipositats en el registre oficial en què hagi d'estar inscrit. Els empresaris individuals no inscrits al Registre Mercantil, acreditaran el seu volum anual de negocis, mitjançant els seus llibres d'inventaris i comptes anuals legalitzats pel Registre Mercantil.

Es considera suficient aquest criteri per acreditar la solvència econòmica.

9.2. Solvència tècnica o professional (art. 90 LCSP)

De conformitat amb l'article 90 de la LCSP, l'acreditació de la solvència tècnica o professional de l'empresari s'haurà d'apreciar tenint en compte els seus coneixements tècnics, eficàcia, experiència i fiabilitat, d'acord amb tots els mitjans següents:

- Una relació dels principals serveis de característiques similars als que constitueixen l'objecte del contracte, realitzats en els últims tres anys.**

Una relació dels principals treballs corresponents a l'objecte del contracte, realitzats en els últims tres anys que inclogui import, dates i destinatari, públic o privat. Els serveis o treballs efectuats s'acrediten mitjançant certificats expedits o visats per l'òrgan competent, quan el destinatari és una entitat del sector públic o, quan el destinatari és un subjecte privat, mitjançant un certificat expedit per aquest o, a falta d'aquest certificat, mitjançant una declaració de l'empresari; si s'escou, aquests certificats han de ser comunicats directament a l'òrgan de contractació per l'autoritat competent.



DOCUMENT DOCUMENT GENÈRIC: 01_0302205 memòria Central de MitjansV2 (versió 2)	IDENTIFICADORS	
ALTRES DADES Codi per a validació: CP97Y-ES5EI-ZYTJ3 Data d'emissió: 3 de Març de 2025 a les 10:52:37 Pàgina 7 de 25	SIGNATURES 1.- Cap Servei Premsa de PATRONAT DE TURISME. Signat 04/02/2025 11:47 2.- Director/a de PATRONAT DE TURISME. APR 05/02/2025 08:54	ESTAT SIGNAT 05/02/2025 08:54



Els licitadors hauran d'acreditar haver realitzat un mínim de 3 campanyes publicitàries multimèdia (incloent-hi mitjans digitals) **superior a 350.000 €** cadascuna durant l'últim any, detallant-ne l'import, les dates i el destinatari, d'acord amb el que preveu el paràgraf anterior.

b. Declaració indicant l'equip tècnic adscrit a l'execució del contracte amb independència de la seva vinculació a l'empresa.

- Resulta exigible que s'indiqui l'equip directiu interlocutor directe amb el Patronat de Turisme i que executarà les tasques de coordinació de l'equip adscrit al contracte. Resulta exigible que aquest equip interlocutor estigui conformat amb el següents perfils i que disposin d'una determinada experiència acreditada en agències de mitjans, seguint el següent:

- Un director o cap de planificació:
 - Amb experiència mínim de 3 anys a càrrec d'un equip de planificadors.
 - Amb experiència mínima de 5 anys en la planificació multimèdia (mitjà imprès, mitjans digitals, televisió, ràdio i mitjà exterior).
 - Amb experiència mínima de 2 anys gestionant algun compte del sector turístic.

Aquest requisit s'entendrà complert aportant la declaració responsable complementària al DEUC incloent *curriculum vitae* dels professionals designats on es detallarà:

- Titulacions acadèmiques
- Càrrec que desenvolupa actualment
- Anys d'experiència i la/es empresa/es on ha treballat i els clients més rellevants per l'objecte del contracte pels que ha treballat/treballa.

- Dos planificadors de mitjans sèniors, amb la següent experiència:
 - Experiència mínima de cinc anys en la planificació multimèdia (mitjà imprès, mitjans digitals, televisió, ràdio i mitjà exterior).
 - Experiència mínima de dos anys gestionant algun compte del sector turístic per part d'algun dels dos planificadors.

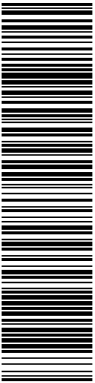
Aquest requisit s'entendrà complert aportant la declaració responsable complementària al DEUC incloent *curriculum vitae* dels professionals designats on es detallarà, referent a l'equip adscrit al contracte on s'indiqui:

- Titulacions acadèmiques
- Càrrec que desenvolupa actualment
- Anys d'experiència i la/es empresa/es on ha treballat i els clients més rellevants per l'objecte del contracte pels que ha treballat/treballa.

L'experiència requerida al director o cap de planificació ha d'acreditar-se en un únic professional.

L'experiència requerida als planificadors de mitjans sèniors haurà d'acreditar-se en cadascun dels dos professionals requerits.

- Resulta exigible que s'indiqui el personal adscrit al contracte, requerint que els mateixos disposin d'una experiència mínima d'almenys 1 any en les següents disciplines dels mitjans digitals: posicionament en cercadors, gestió d'*influencers* i *email* màrqueting.



DOCUMENT DOCUMENT GENÈRIC: 01_0302205 memòria Central de MitjansV2 (versió 2)	IDENTIFICADORS
ALTRES DADES Codi per a validació: CP97Y-ES5EI-ZYTJ3 Data d'emissió: 3 de Març de 2025 a les 10:52:37 Pàgina 8 de 25	SIGNATURES 1.- Cap Servei Premsa de PATRONAT DE TURISME. Signat 04/02/2025 11:47 2.- Director/a de PATRONAT DE TURISME. APR 05/02/2025 08:54
	ESTAT SIGNAT 05/02/2025 08:54



En el referent en aquestes disciplines, l'empresa podrà adscriure un perfil que compleixin amb l'experiència demanada en cadascuna de les disciplines (1 any d'experiència en cadascuna) o bé, adscriure a l'execució del contracte tants perfils com disciplines per tal de donar compliment als mínims d'experiència requerits. Per tant, no serà exigible l'experiència en totes les disciplines de forma agregada acreditada per una sola persona, sinó que l'equip presentat i adscrit en el seu conjunt disposi de perfils que donin compliment a la disposició de l'experiència requerida, podent o no, ser, el mateix equip interlocutor indicat en el punt anterior.

Aquest requisit s'entendrà complert aportant la declaració responsable complementària al DEUC incloent *curriculum vitae* dels professionals designats on es detallarà, referent a l'equip adscrit al contracte on s'indiqui:

- Titulacions acadèmiques
- Càrrec que desenvolupa actualment
- Anys d'experiència i la/es empresa/es on ha treballat i els clients més rellevants per l'objecte del contracte pels que ha treballat/treballa.

L'acreditació del compliment d'aquests requisits de solvència junt amb la resta de condicions i obligacions previstes en el PPT, serà requerit a l'empresa que es proposi com adjudicatària junt amb la resta de documentació prevista a l'article 150.2 LCSP. La manca de presentació de la solvència requerida i els mitjans per acreditar-la, comportarà considerar que l'empresa retira la seva oferta en els termes que preveu l'esmentat article 150.2 LCSP.

Si durant el transcurs del contracte algun dels professionals de l'equip interlocutor marxa de l'empresa, és baixa mèdica o sorgeix alguna justificació de pes per la qual el Patronat de Turisme requereix un canvi, l'adjudicatari resta obligat a substituir-lo amb un professional amb capacitat i experiència equivalents.

10. Criteris d'adjudicació del contracte

El present contracte té per objecte assegurar l'obtenció d'una estratègia de mitjans pel patronat de Turisme de la Diputació de Lleida per un període de dos anualitats, en els quals es pretén assegurar la presència de les campanyes realitzades en diferents mitjans i obtenir el major rendiment possible de la inversió publicitària.

La concreció d'una estratègia publicitària adequada i de qualitat és determinant per obtenir l'objectiu identificat i la necessitat presentada, per això es valora la qualitat tècnica a l'hora de fer estratègies i planificacions de mitjans.

Davant la necessitat d'assegurar la selecció de l'oferta que presenti una millor relació qualitat-preu, i davant l'especificitat i criticitat de l'objecte del contracte, amb la necessitat de seleccionar l'oferta que tècnicament satisfaci en major mesura les necessitats manifestades pel Patronat de Turisme i la rellevància de la qualitat de les propostes, s'ha considerat adequat preveure una valoració per fases. Aquest sistema permetrà assegurar que les ofertes que superin aquesta fase comptin amb un nivell tècnic apte i puguin ser valorades en la fase 2, relativa als criteris automàtics.

L'estratègia i la planificació dels mitjans destinats a difondre les campanyes del Patronat de Turisme són essencials per assolir els objectius de comunicació en un primer terme i de foment del turisme, divulgació i promoció de la destinació i suport a la seva comercialització, en un segon terme. Una bona estratègia i una bona planificació de mitjans no és només qüestió de preus i descomptes sinó també de tenir els coneixements i l'experiència per saber on i com invertir els pressupostos per rendibilitzar els recursos, saber aprofitar les oportunitats, ser proactiu per anticipar-se quan es requereix i estar molt al dia en un entorn canviant. És en aquest sentit que es porta a terme una valoració per fases, tenint en compte el disposat en l'article 146.3 LCSP i es preveu que les empreses que passen a la segona fase de valoració han d'haver pogut demostrar que són aptes per portar a terme les tasques objecte del contracte durant la primera fase. Per això es demana haver aconseguit un 40% de la puntuació referida als criteris que depenen de judici de valor per passar a la segona fase, referida als criteris automàtics.





FASE 1 – Criteris sotmesos a judici de valor

A. CRITERIS DE VALORACIÓ SUBJECTES A JUDICI DE VALOR (fins a 400 punts).

A1. Proposta d'estratègia i planificació de la Campanya de turisme actiu i cultural pel mercat francès.

En l'anunci de licitació allotjat al perfil del contractant de la Diputació de Lleida, estarà disponible el document Annex I amb el brífing per preparar la proposta.

En aquest exercici es valorarà el plantejament estratègic, el desenvolupament tàctic de la proposta i la planificació de mitjans alineada amb els objectius definits en el brífing. Per procedir a la valoració es tindran en compte els criteris detallats a continuació i es podran atorgar fins a 400 punts, distribuïts segons es detalla a continuació:

Criteris de valoració subjectes a judici de valor		Punts subcriteris		Punts criteris	
Capacitat estratègica		140		35%	
Coherència de la proposta amb els objectius marcats				70	50%
	Coherència de la proposta a l'hora de conèixer els dos públics potencials marcats en el brífing, definir-los acuradament per tal de buscar els punts de contacte adequats per impactar-los específicament.	28	40%		
	Coherència de la proposta per aconseguir visibilitat en els mitjans, suports i moments de cerca d'escapades, treballant per millorar la posició de la destinació en el top of mind del visitant potencial.	24,5	35%		
	Coherència de la proposta per tal de treure avantatge d'aquells punts de contacte que afavoreixen les reserves directes de la destinació.	17,5	25%		
Visió global i continuïtat del discurs durant tota la proposta				40	29%
	Visió global a l'hora d'estructurar la proposta com un tot, on cada part té la seva funció en el full de ruta i queda integrada.	20	50%		
	Continuïtat del discurs amb un eix clar que vertebrava la proposta des de l'exploració de dades fins a l'avaluació del resultat final.	20	50%		
Claredat i concreció de la presentació				30	21%
	Claretat a l'hora de presentar l'exercici d'estratègia i planificació, amb un ordre en l'exposició de la informació que permeti la comprensió d'aquest.	18	60%		
	Concreció de la informació aportada per tal que la presentació sigui concisa i entenedora.	12	40%		



Planificació			170	43%
	Mix de mitjans i distribució de pressupost adequat, en línia amb les bases estratègiques definides com a punt de partida.	59,5	35%	
	Desenvolupament tàctic adient a l'hora de seleccionar els suports que vehicularan els missatges cap als públics objectius definits.	59,5	35%	
	Recomanació pel que fa a formats, qualitats o ubicacions justificada pels objectius que es marquen al brífing.	25,5	15%	
	Detall de la temporalitat de la campanya adequada i fonamentada en base a objectius.	25,5	15%	
Justificacions quantitatives			90	23%
	Aportació de dades a través de les fonts del mercat o d'estudis que ajudin a entendre les decisions estratègiques o tàctiques.	36	40%	
	Presentació dels resultats d'abast de la campanya adequades i encertades per comprendre la repercussió que pot tenir la aquesta, considerant els objectius especificats en el brífing. Propostes de seguiment i mesures correctores adients pel tipus de campanya presentada.	54	60%	
Total			400	100%

Es considerarà la millor proposta per a cada criteri/subcriteri quan la seva aportació és totalment satisfactòria i de rellevància pels objectius marcats, sense cap aspecte que no s'adeqüi al demanat en el brífing. Les propostes que presentin algunes mancances respecte la millor proposta es valoraran amb puntuacions menors, segons la ponderació següent:

- Adequació excel·lent 100%**
El subcriteri queda complert en la seva totalitat i és sobradament detallat per poder afirmar que al 100% dona compliment a la finalitat del mateix, seguint els criteris del brífing i anant més enllà justificant la proposta.
- Adequació notable 75%**
El subcriteri és adequat en la seva majoria, essent suficientment detallat per assegurar un compliment molt bo a la finalitat del mateix, seguint els criteris del brífing.
- Adequació correcta 50%**
L'alineament de la proposta respecte el subcriteri objecte de valoració és suficient en general però no destaca per la possibilitat d'obtenir un resultat notable.
- Adequació insuficient 25%**
De la proposta presentada es desprèn una adequació insuficient pel que respecta la consecució de l'objectiu del subcriteri.
- Adequació deficient 0%**
En el referent al subcriteri, la proposta és manifestament inadequada.

DOCUMENT DOCUMENT GENÈRIC: 01_0302205 memòria Central de MitjansV2 (versió 2)	IDENTIFICADORS	
ALTRES DADES Codi per a validació: CP97Y-ES5EI-ZYTJ3 Data d'emissió: 3 de Març de 2025 a les 10:52:37 Pàgina 11 de 25	SIGNATURES 1.- Cap Servei Premsa de PATRONAT DE TURISME. Signat 04/02/2025 11:47 2.- Director/a de PATRONAT DE TURISME. APR 05/02/2025 08:54	ESTAT SIGNAT 05/02/2025 08:54



FASE 2 – Criteris automàtics

B. CRITERIS DE VALORACIÓ OBJECTIUS (fins a 600 punts)

Les empreses licitadores hauran d'incloure la seva oferta pel que fa als criteris automàtics seguint el model establert en el PCAP i en la present memòria per la presentació tant dels preus/descomptes de cadascun dels mitjans/suports com del percentatge de comissió d'agència, com de la proposta de millores en l'equip tècnic de personal a disposició del Patronat de Turisme.

Per això hauran d'utilitzar el model d'oferta subjecta a criteris automàtics que es posa a disposició de les empreses licitadores en un arxiu en format Excel per omplir totes les cel·les habilitades (color verd) i presentar en aquest mateix format Excel. Les propostes hauran de ser presentades també en format PDF i signades.

Les proposicions presentades per una UTE han de ser signades pels representants de totes les empreses que la integren, o pel que s'hagi designat com a representant en el seu cas.

Cada licitador **no podrà presentar més que una sola proposició**. Tampoc no podrà subscriure cap proposta en agrupació temporal amb altres, si ho ha fet individualment. La contravenció d'aquest principi donarà lloc automàticament a la desestimació de totes les propostes presentades per ell.

B1. Oferta econòmica

Les caselles han de contenir un número amb un màxim de dos decimals, excepte per les ofertes de CPV i CPC on poden contenir un màxim de tres decimals. Les caselles no han de contenir cap fórmula.

- La manca de proposta en una casella serà motiu d'exclusió de la licitació.
- Les caselles habilitades per ofertes de descompte mínim que continguin un zero (0%) o un valor negatiu, no generaran cap punt.
- Les caselles habilitades per oferta de comissió d'agència sense millores no generaran cap punt. Les ofertes de comissió d'agència superior al màxim establert en el model, seran motiu d'exclusió.
- Les caselles amb format diferent del demanat al model (percentatge en comptes de preu o viceversa) no generaran cap punt.
- L'oferta de cada casella corresponent als mitjans ha de ser la xifra final **abans d'IVA**. És a dir, que totes les ofertes de les caselles, sigui quina sigui la seva modalitat, han d'incloure tots els descomptes i tots els càrrecs (inclosa la comissió d'agència) en una sola xifra final.
- La presència d'un mitjà, suport o format en el model d'oferta no implica la posterior contractació d'aquests. Així mateix, el model no pot incloure tots els suports i formats que hi ha al mercat i per això s'habiliten caselles amb descomptes per tots aquells suports i formats que no estan inclosos. Si algun dels suports o formats detallats en el model d'oferta econòmica no existeix o no es comercialitza les empreses poden comunicar-ho mitjançant el correu electrònic disposat en el perfil del contractant a fi que aquesta casella no es tingui en compte a l'hora de valorar.

A banda és necessari especificar separatament el percentatge d'IVA per a cada mitjà, omplint la casella corresponent.

En el perfil del contractant està disponible l'arxiu Excel Oferta subjecta a criteris automàtics.

DOCUMENT DOCUMENT GENÈRIC: 01_0302205 memòria Central de MitjansV2 (versió 2)	IDENTIFICADORS
ALTRES DADES Codi per a validació: CP97Y-ES5EI-ZYTJ3 Data d'emissió: 3 de Març de 2025 a les 10:52:37 Pàgina 12 de 25	SIGNATURES 1.- Cap Servei Premsa de PATRONAT DE TURISME. Signat 04/02/2025 11:47 2.- Director/a de PATRONAT DE TURISME. APR 05/02/2025 08:54
	ESTAT SIGNAT 05/02/2025 08:54



Les empreses licitadores hauran de tenir en compte que el contracte té una durada inicial de dos anys, amb una pròrroga de dos anys a l'hora d'establir les seves ofertes, que, en cas de ser adjudicatàries s'hauran d'aplicar i mantenir durant tot el contracte.

➤ **Resum de la puntuació de l'oferta econòmica:**

La distribució dels punts atorgables en cada mitjà atén a l'estimació de necessitats de comunicació:

- Mitjà imprès (fins a 155 punts valorats amb la fórmula d'ofertes de descompte mínim)
- Mitjans digitals (fins a 218 punts, dels quals 147 són valorats amb la fórmula d'ofertes de preu màxim i 71 són valorats amb la fórmula d'ofertes de descompte mínim)
- Televisió (fins a 90 punts, dels quals 37 són valorats amb la fórmula d'ofertes de preu màxim i 53 són valorats amb la fórmula d'ofertes de descompte mínim)
- Ràdio (fins a 58 punts valorats amb la fórmula d'ofertes de descompte mínim)
- Mitjà exterior (fins a 32 punts valorats amb la fórmula d'ofertes de descompte mínim))
- Comissió d'agència (fins a 20 punts valorats proporcionalment amb una ponderació esglaonada i establint uns màxims)

➤ **Modalitats de les ofertes:**

- a. Caselles amb descompte: el descompte que es demana és el descompte mínim que s'aplicarà sobre les tarifes vigents durant la durada del contracte sens perjudici de poder millorar el descompte ofert. Durant la durada del contracte, en cap cas l'empresa adjudicatària podrà presentar ofertes amb descomptes inferiors als oferts en aquest procediment. L'empresa adjudicatària tindrà l'obligació d'aplicar qualsevol descompte estacional o baixada de tarifa publicada vigent, sigui o no puntual, que puguin oferir els mitjans i que impliqui una condició més avantatjosa.

Aquest extrem es comprovarà mes a mes amb el corresponent extracte en mode Excel que s'aporti per part de l'empresa adjudicatària on constaran les tarifes aplicades pels mitjans i els descomptes oferts pels mateixos. El Patronat de Turisme guarda la facultat de poder comprovar les tarifes que el contractista manifesta que els mitjans han aplicat.

El descompte serà extensible a tots els formats, edicions, ubicacions, horaris o dies d'emissió, llevat que estigui especificat en el model d'oferta subjecta a criteris automàtics. En el cas dels mitjans digitals, serà extensible a les xarxes socials i apps pròpies dels suports.

En el cas dels mitjans impresos, serà extensible a les versions digitals i als perfils propis en les xarxes socials en cas que no s'especifiquin en el model d'oferta subjecta a criteris automàtics. En el cas de ràdio, serà extensible als *podcasts*, a les versions digitals de les emissores i als perfils propis en les xarxes socials. Quan es parla de contingut, en qualsevol mitjà, es refereix a contingut publicitari redactat/dissenyat de manera que queda integrat en el suport.

- b. Caselles amb preu: els preus que **s'incorporin per les empreses en la seva oferta** són els preus màxims que s'aplicaran durant la durada del contracte sens perjudici de poder millorar-los. Durant la durada del contracte, en cap cas l'empresa adjudicatària podrà presentar ofertes amb preus superiors als oferts en aquest procediment. Cal tenir en compte que el contracte té una durada inicial de 2 anys i que pot prorrogar-se 2 anys més. L'empresa adjudicatària tindrà l'obligació d'aplicar qualsevol descompte estacional o baixada de tarifa publicada vigent, sigui o no puntual, que puguin oferir els mitjans de comunicació i que impliqui una condició més avantatjosa. Depenent del mitjà i suport al



DOCUMENT DOCUMENT GENÈRIC: 01_0302205 memòria Central de MitjansV2 (versió 2)	IDENTIFICADORS	
ALTRES DADES Codi per a validació: CP97Y-ES5EI-ZYTJ3 Data d'emissió: 3 de Març de 2025 a les 10:52:37 Pàgina 13 de 25	SIGNATURES 1.- Cap Servei Premsa de PATRONAT DE TURISME. Signat 04/02/2025 11:47 2.- Director/a de PATRONAT DE TURISME. APR 05/02/2025 08:54	ESTAT SIGNAT 05/02/2025 08:54



qual fan referència i, tal com s'especifica al model d'oferta subjecta a criteris automàtics que s'adjunta, els preus demanats poden ser:

- Cost per *Gross Rating Point* (C/GRP) en €. Preu màxim per cada punt de *rating*. Inclou tots els descomptes i càrrecs abans de l'IVA, inclosa la comissió d'agència. Es demana en l'apartat del mitjà televisió. Veure oferta econòmica.
 - Cost Per Mil impressions (CPM) en €. Preu màxim per cada mil impactes amb visibilitat segons estàndards de la IAB (Interactive Advertising Bureau). Inclou tots els descomptes i càrrecs abans de l'IVA, inclosa la comissió d'agència. Es demana en l'apartat de mitjans digitals i en el de televisió. Veure oferta econòmica.
 - Cost Per Clic (CPC) en €. Preu màxim per cada clic. Un clic compta quan l'internauta clica a l'anunci. Inclou tots els descomptes i càrrecs abans de l'IVA, inclosa la comissió d'agència. Es demana en l'apartat de mitjans digitals. Veure oferta econòmica.
 - Cost Per Visionat (CPV) en €. Preu màxim per cada visionat. Un visionat compta a partir d'un nombre determinat de segons vistos, depenent de com comercialitzi cadascun dels suports que deixen contractar CPV. Inclou tots els descomptes i càrrecs abans de l'IVA, inclosa la comissió d'agència. Es demana en l'apartat de mitjans digitals. Veure oferta econòmica.
- c. Caselles amb comissió d'agència: es demanen les comissions d'agència a partir d'uns màxims detallats al model d'oferta subjecta a criteris automàtics, pels mitjans *offline*, pels mitjans digitals i per la gestió dels *influencers*, separatament. La xifra ha de ser un percentatge amb un màxim de dos decimals.

➤ Puntuació

La consecució de punts de cadascuna de les caselles és individual. Les caselles són independents i la puntuació total serà la suma de les puntuacions atorgades per a cadascuna de les caselles del model d'oferta subjecta a criteris automàtics que s'adjunta. Per a cada casella s'aplica una fórmula, per tant, l'empresa que faci l'oferta més avantatjosa en aquella casella rep la totalitat de punts possibles i la resta d'empreses reben els punts proporcionals resultants d'aplicar les següents fórmules, tenint en compte la modalitat de l'oferta:

- Oferta de preu màxim:

$$P_i = \frac{P * O_m}{O_i}$$

P_i = punts de l'oferta de preu i
 P = punts del criteri preu
 O_m = preu de la millor oferta
 O_i = preu de l'oferta i

- Oferta de descompte mínim:

$$P_i = \frac{P * (1 - O_m)}{(1 - O_i)}$$

P_i = punts de l'oferta de descompte i
 P = punts del criteri descompte
 O_m = descompte de la millor oferta
 O_i = descompte de l'oferta i



DOCUMENT DOCUMENT GENÈRIC: 01_0302205 memòria Central de MitjansV2 (versió 2)	IDENTIFICADORS
ALTRES DADES Codi per a validació: CP97Y-ES5EI-ZYTJ3 Data d'emissió: 3 de Març de 2025 a les 10:52:37 Pàgina 14 de 25	SIGNATURES 1.- Cap Servei Premsa de PATRONAT DE TURISME. Signat 04/02/2025 11:47 2.- Director/a de PATRONAT DE TURISME. APR 05/02/2025 08:54 ESTAT SIGNAT 05/02/2025 08:54



- **Oferta de comissió d'agència:** s'estableix una comissió d'agència màxima i una ponderació esglaonada per a la valoració de les ofertes de cadascun segons els mitjans detallats en el model d'oferta subjecta a criteris automàtics. La comissió d'agència màxima per la gestió de mitjans és el 5% i per la gestió d'*influencers* és el 15%.

➤ **Ofertes desproporcionades:**

Ofertes amb valors anormals o desproporcionats – REFERENT A LA PROPOSTA ECONÒMICA

Es considerarà una oferta amb valors anormals o desproporcionats d'una empresa per a un mitjà (mitjà imprès, mitjans digitals, televisió, ràdio o mitjà exterior) quan aquesta quedi un 60% o més per sota de la mitjana aritmètica de totes les ofertes. L'oferta d'una empresa per a un mitjà serà la suma de totes les seves ofertes dels suports que integren aquest mitjà. Quan les ofertes siguin descomptes serà el resultat de restar aquests descomptes de 100, excepte en els mitjans digitals, que serà el resultat de restar aquests descomptes d'1.

En el supòsit d'una sola empresa licitadora, si la Mesa detecta algun preu molt baix o algun descompte molt alt amb relació als preus/descomptes aplicats habitualment en els plans de mitjans del Patronat de Turisme, la Mesa de contractació pot requerir al licitador que els justifiqui amb els informes o documents que l'empresa consideri, amb un termini de temps suficient.

Avaluació global en cas d'empat

Una vegada completades les puntuacions dels criteris de valoració, s'establirà la puntuació global de cada oferta, arrodonint les puntuacions individuals de cada criteri amb dos decimals.

- En **cas d'empat** en les puntuacions obtingudes per les ofertes de les empreses licitadores, s'estarà al que disposa l'article 147 de la Llei 9/2017 de 8 de novembre, de contractes del sector públic i tindran preferència en l'adjudicació del contracte els criteris successius següents: Percentatge més alt de treballadors amb discapacitat o en situació d'exclusió social a la plantilla de cada una de les empreses, prioritzant en cas d'igualtat el major nombre de treballadors fixos amb discapacitat o el major nombre de persones treballadores en situació de risc d'exclusió social, per sobre del mínim legal.
- Sorteig, en cas que l'aplicació dels criteris anteriors no hagi comportat desempat.

Les empreses licitadores han d'aportar la documentació acreditativa dels criteris de desempat en el moment en què es produeixi l'empat i siguin requerides a aquest efecte, si bé caldrà acreditar-ne el compliment a la data d'acabament del termini de presentació d'ofertes.





Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 529350 CP97Y-ES5EI-ZYTJ3 B5409BE9AACAA3ACE01F5561A955ED2252B6FE00) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: https://seu.diputadelleida.cat/portal/verificarDocumentos.do?ent_id=6



➤ **Detall dels punts màxims atorgables a cada casella del model d'oferta subjecta a criteris automàtics:**

Mitjà imprès	Suports	Descompte mínim (%)
Mitjà imprès	Segre i publicacions del Grup Segre	5,0 punts
	El Periódico, Regió 7, Escápate cerca, Viajar i publicacions de Prensas Ibérica	5,0 punts
	La Mañana	5,0 punts
	Ara i publicacions de Prensas Periódica Ara	5,0 punts
	La Vanguardia, Lugares de Nieve i publicacions del Grup Godó	5,0 punts
	El País, El Viajero i publicacions del Grup Prisa	5,0 punts
	El Punt Avui i publicacions d'Hermes Comunicacions	5,0 punts
	Diari de Tarragona	5,0 punts
	Reste de diaris i suplementes de Catalunya	4,0 punts
	Reste de diaris i suplementes estatals	4,0 punts
	Diaris i suplementes internacionals	4,0 punts
	Revista ON i altres publicacions del Grupo Noticias	4,0 punts
	Club Renfe, Europa i publicacions de Premium Media	5,0 punts
	Viajes de National Geographic i publicacions de National Geographic	4,0 punts
	Descobrir i suports del Grup SOM	4,0 punts
	Top Viajes i suports del Grup Altum	3,0 punts
	Suplemento Viajes El Mundo i publicacions Unidad Editorial	3,0 punts
	Altres publicacions sobre turisme, viatges, escapades o plans	4,0 punts
	Desnivel, Grandes Espacios i publicacions d'Ediciones Desnivel	3,0 punts
	Aire libre	3,0 punts
	Vertex	3,0 punts
	Reste de publicacions sobre esports de neu o excursions	4,0 punts
	Guia Petits Grans Hotels de Catalunya	2,0 punts
	ADAC (DE)	2,0 punts
	ANWB Camping	2,0 punts
	Cicerone (UK)	2,0 punts
	Reste de guies	4,0 punts
	Comarques de Ponent	2,0 punts
	Reste de revistes i publicacions catalanes	4,0 punts
	Time Out	2,0 punts
	Reste de revistes i publicacions estatals	4,0 punts
	Pyrenees Magazine (F)	3,0 punts
	Cap Catalogne (F)	3,0 punts
	Montagnes Magazine (F)	3,0 punts
	Beaux-Arts Magazine (F)	2,0 punts
	Wider Trail-Outdoor (F)	2,0 punts
	Snow Magazine (UK)	2,0 punts
	Der Feinschmecker (DE)	2,0 punts
	Wandermagazin (DE)	2,0 punts
	Revista Naturescanner (NL)	2,0 punts
	Reste de revistes i publicacions internacionals	4,0 punts
	Air Nostrum Inflight Magazine	3,0 punts
	Jet Away (JET 2)	3,0 punts
	Reste de revistes i publicacions de companyies aèries, touoperadors, Agències de viatge i Agències de viatge online	4,0 punts
	Anuncis oficials a la premsa diària	4,0 punts
Total punts possibles		155,0 punts

DOCUMENT DOCUMENT GENÈRIC: 01_0302205 memòria Central de MitjansV2 (versió 2)	IDENTIFICADORS
ALTRES DADES Codi per a validació: CP97Y-ES5EI-ZYTJ3 Data d'emissió: 3 de Març de 2025 a les 10:52:37 Pàgina 16 de 25	SIGNATURES 1.- Cap Servei Premsa de PATRONAT DE TURISME. Signat 04/02/2025 11:47 2.- Director/a de PATRONAT DE TURISME. APR 05/02/2025 08:54 ESTAT SIGNAT 05/02/2025 08:54



El descompte s'aplica sobre tots els formats possibles, qualsevol dia de publicació o edició, sobre la tarifa vigent de cada suport, sigui publicitat o contingut. És un descompte net abans d'IVA, resultant després d'aplicar tots els descomptes i càrrecs, inclosa la comissió d'agència. Vàlid també a les caselles de grups de suports.

El percentatge de comissió d'agència ha d'estar inclòs en cadascuna de les caselles de l'oferta econòmica, tot i que es demana específicament en un altre quadre del model d'oferta econòmica.

El percentatge d'IVA **no** ha d'estar inclòs a les caselles de l'oferta econòmica.

Les caselles buides seran motiu d'exclusió de la licitació. Les caselles habilitades per ofertes de descompte mínim que continguin un zero (0%) o un valor negatiu, no generaran cap punt. Les caselles amb format diferent del demanat al model (percentatge en comptes de preu viceversa) no generaran cap punt.

Per tal d'omplir correctament totes les caselles cal llegir totes les especificacions de la Memòria Justificativa.



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 529350 CP97Y-ES5EI-ZYTJ3 B5A09BE9AACAA3CE01F5561A955D22526FE00) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: https://seu.diputadelleida.cat/portal/verificaDocuments.do?ent_id=6



Mitjans digitals	Suports	CPM màxim			Descompte mínim per qualsevol format no especificat en les caselles actives, de publicitat o de contingut (%)
		Display standard (banner, megabanner, robapág., robadoble, gratacels, botó, sidebar, etc)	Display premium (wallpaper, expandibles, interstitial, layer, rising stars, etc)	Display amb vídeo, instream, preroll, overlay, outstream, in banner, in page, etc	
Mitjans digitals	nacioidigital.cat i suports digitals del Grup Edicions de Premsa Local	3,0 punts	2,0 punts	1,0 punts	2,0 punts
	elnacional.cat i suports digitals del grup Les Notícies de Catalunya	3,0 punts	2,0 punts	1,0 punts	2,0 punts
	lavanguardia.com, mundodeportivo.com, lugaresdeaventura.com i suports digitals del Grup Godó	3,0 punts	2,0 punts	1,0 punts	2,0 punts
	Suports digitals de vilaweb.cat	3,0 punts	2,0 punts	1,0 punts	2,0 punts
	elperiodico.com, sport.es, escapatecerca, solonieue i suports digitals del grup Premsa Ibèrica	3,0 punts	2,0 punts	1,0 punts	2,0 punts
	ara.cat i suports digitals d'Edició de Premsa Periòdica Ara	3,0 punts	1,0 punts	1,0 punts	2,0 punts
	elmon.cat, totbarcelona i suports digitals del Grup Món	3,0 punts	1,0 punts	1,0 punts	2,0 punts
	20minutos.es i suports digitals del Grupo Henneo	3,0 punts	1,0 punts	1,0 punts	2,0 punts
	segre.com i suports digitals del Segre	2,0 punts	0,5 punts	0,5 punts	2,0 punts
	lamanyana.cat	0,5 punts	0,5 punts	0,5 punts	1,0 punts
	elpuntavui.cat i publicacions d'Hermes Comunicacions	0,5 punts	0,5 punts	0,5 punts	1,0 punts
	Suports digitals de la CCMA	0,5 punts	0,5 punts	0,5 punts	1,0 punts
	Resta de suports digitals catalans				2,0 punts
	Suports digitals estatals				2,0 punts
	lefigaro.fr i suports digitals del Groupe Figaro (F)	2,0 punts			2,0 punts
	petitfute.com i suports digitals de Petit Futé (F)	1,0 punts			1,0 punts
	nationalgeographic.com	0,5 punts			1,0 punts
	active-traveller.com (UK)	0,5 punts			1,0 punts
	hiking-site.nl (NL)	0,5 punts			1,0 punts
	motorrad-magazin.at (DE)	0,5 punts			1,0 punts
	www.june.be (BE)	0,5 punts			1,0 punts
	Resta de suports digitals internacionals				3,0 punts
	nevasport.com i infonieue.es	2,0 punts			2,0 punts
	Resta de suports digitals d'esports de neu, excursions i Pirineu				2,0 punts
	Descobrir i suports digitals del grup SOM	3,0 punts			2,0 punts
	minube.com i suports de minube				3,0 punts
	muyinteresante.com i suports digitals de Zinet Media	2,0 punts			2,0 punts
	timeout.com i suports digitals de Time Out	2,0 punts			2,0 punts
	expreso.info i els seus suports digitals				2,0 punts
	Resta de suports digitals de turisme, viatges, escapades o plans				2,0 punts
	Guies digitals catalanes o estatals				2,0 punts
	Guies digitals internacionals				2,0 punts
	Suports digitals de TUI Group				1,0 punts
	Suports digitals d'Air Nostrum				1,0 punts
	Suports digitals de holidayCheck				1,0 punts
	Resta de suports digitals de companyies aèries, touoperadors, Agències de viatge i Agències de viatge online				2,0 punts



	Suports / formats	CPM màxim	CPV màxim	CPC màxim	Descompte mínim (%)
Xarxes socials, plataformes i cercadors	Meta ads	5,0 punts	5,0 punts	2,0 punts	
	X Ads	5,0 punts	5,0 punts	2,0 punts	
	TikTok ads	4,0 punts	4,0 punts	2,0 punts	
	Linkedin ads	2,0 punts			
	Youtube True-view		10,0 punts		
	Youtube non skipable	4,0 punts			
	Resta de xarxes socials				2,0 punts
	Plataformes de compra programàtica campanya display	7,0 punts			
	Plataformes de compra programàtica campanya de vídeo	4,0 punts	5,0 punts		
	Cercadors (Google Adwords, etc)			5,0 punts	
	Spotify (vídeo)	2,0 punts			
	Audioemotion (falca)	2,0 punts			
	Plataformes de música i podcast (qualsevol format)				2,0 punts
	Campanyes de branded content en suports no llistats				5,0 punts
Costos tecnològics		5,0 punts			
Total puntuació possible					218,0 punts

CPM: Cost per mil impressions en €. Preu màxim per cada mil impactes amb visibilitat segons estàndards de la IAB. Inclou tots els descomptes i càrrecs abans de l'IVA, inclosa la comissió d'agència. A les especificacions de les capçaleres on s'agrupen les tipologies de formats, no cal que tots els suports tinguin tots els formats disponibles sinó algun d'aquests.

CPC: Cost per clic. Preu màxim per cada clic en €. El clic compta quan l'usuari clica a l'anunci. Inclou tots els descomptes i càrrecs abans de l'IVA, inclosa la comissió d'agència.

CPV: Cost per visionat. Preu màxim per cada visionat en €, que compta a partir d'un nombre determinat de segons vistos, depenent de com comercialitzi cadascun dels suports que deixen contractar CPV. Inclou tots els descomptes i càrrecs abans de l'IVA, inclosa la comissió d'agència.

El descompte s'aplica sobre tots els formats no especificats possibles, tant de la web com de les xarxes socials associades, sobre la tarifa vigent. A totes les caselles de grups es demana descompte mínim per aplicar també al preu tarifa vigent de qualsevol format. En tots els casos és un descompte net abans d'IVA, resultant després d'aplicar tots els descomptes i càrrecs, inclosa la comissió d'agència.

El percentatge de comissió d'agència ha d'estar inclòs en cadascuna de les caselles de l'oferta econòmica, tot i que es demana específicament en un altre quadre del model d'oferta econòmica.

El percentatge d'IVA no ha d'estar inclòs a les caselles de l'oferta econòmica.

Les caselles buides seran motiu d'exclusió de la licitació. Les caselles habilitades per ofertes de descompte mínim que continguin un zero (0%) o un valor negatiu, no generaran cap punt. Les caselles amb format diferent del demanat al model (percentatge en comptes de preu o viceversa) no generaran cap punt.

Per tal d'omplir correctament totes les caselles cal llegir totes les especificacions de la Memòria Justificativa.



Mitjà televisió	Suports	C/GRP màxim	Descompte mínim (%)	CPM màxim
Televisió lineal	20" TV3 gener-juny	4,0 punts		
	20" TV3 juliol-agost	4,0 punts		
	20" TV3 setembre-24 desembre	4,0 punts		
	20" TV3 25-31 desembre	4,0 punts		
	TV3 bloc exclusiu en PT 20"		3,0 punts	
	TV3 formats no extrapolables des de l'spot de 20"		3,0 punts	
	Resta de cadenes de la CCMA		3,0 punts	
	APUNT		5,0 punts	
	ETB		5,0 punts	
	IB3		5,0 punts	
	Resta de cadenes autonòmiques		5,0 punts	
	Cadenes estatals		5,0 punts	
	Cadenes internacionals		5,0 punts	
	Lleida TV		5,0 punts	
	Pirineus TV		5,0 punts	
Televisió connectada	Resta de cadenes locals		4,0 punts	
	3cat			7,0 punts
	Plataformes d'streaming de BVOD (contingut digital de les TV's lineals tipus Atresplayer, Mediaset, etc)			3,0 punts
	Plataformes d'streaming de VOD (tipus Movistar, Prime, Netflix, etc)			3,0 punts
	Connected TV programàtica mercat català/estatal			4,0 punts
Total puntuació possible				90,0 punts

C/GRP: cost per GRP (gross rating point) individus 16+, en €, per campanyes de 20" amb el 45% dels GRP's emesos entre les 20:30 h. i les 23:30 h. i el 55% emesos entre les 8:00 h. i les 20:30 h.). Per qualsevol altre format s'ha de poder convertir a partir del cost de 20" segons política comercial vigent. És un cost net abans d'IVA, resultant després d'aplicar tots els descomptes i càrrecs, inclosa la comissió d'agència.

CPM: Cost per mil impressions en €. Inclou tots els descomptes i càrrecs abans de l'IVA, inclosa la comissió d'agència.

El descompte mínim s'aplica sobre tots els formats possibles, sobre la tarifa vigent de cada suport, tant si es tracta de publicitat com de contingut. És un descompte net abans d'IVA, resultant després d'aplicar tots els descomptes i càrrecs, inclosa la comissió d'agència. Vàlid també a les caselles de grups de suports.

El percentatge de comissió d'agència ha d'estar inclòs en cadascuna de les caselles de l'oferta econòmica, tot i que es demana específicament en un altre quadre del model d'oferta econòmica.

El percentatge d'IVA no ha d'estar inclòs a les caselles de l'oferta econòmica.

Les caselles buides seran motiu d'exclusió de la licitació. Les caselles habilitades per ofertes de descompte mínim que continguin un zero (0%) o un valor negatiu, no generaran cap punt. Les caselles amb format diferent del demanat al model (percentatge en comptes de preu o viceversa) no generaran cap punt.

Per tal d'omplir correctament totes les caselles cal llegir totes les especificacions de la Memòria Justificativa.



Mitjà ràdio	Suports	Descompte mínim (%)
Mitjà ràdio	RAC 1 i RAC 105	8,0 punts
	Emissores de la CCMA	4,0 punts
	Emissores del grup Flaix	4,0 punts
	Resta d'emissores catalanes	5,0 punts
	Emissores del grup PRISA	4,0 punts
	Emissores del grup COPE	4,0 punts
	Radio Marca i resta d'emissores d'Unidad Editorial	4,0 punts
	Emissores del grup Atresmedia	4,0 punts
	Resta d'emissores estatals	4,0 punts
	Emissores internacionals	5,0 punts
	UA1 FM	4,0 punts
	GUM FM	4,0 punts
	Resta d'emissores locals	4,0 punts
Total puntuació possible		58,0 punts

El descompte s'aplica sobre tots els formats possibles, qualsevol dia d'emissió, hora o àmbit, sobre la tarifa vigent de cada suport, sigui publicitat o contingut. És un descompte net abans d'IVA, resultant després d'aplicar tots els descomptes i càrrecs, inclosa la comissió d'agència. Vàlid també a les caselles de grups de suports.

El percentatge de comissió d'agència ha d'estar inclòs en cadascuna de les caselles de l'oferta econòmica, tot i que es demana específicament en un altre quadre del model d'oferta econòmica.

El percentatge d'IVA **no** ha d'estar inclòs a les caselles de l'oferta econòmica.

Les caselles buides seran motiu d'exclusió de la licitació. Les caselles habilitades per ofertes de descompte mínim que continguin un zero (0%) o un valor negatiu, no generaran cap punt. Les caselles amb format diferent del demanat al model (percentatge en comptes de preu o viceversa) no generaran cap punt.

Per tal d'omplir correctament totes les caselles cal llegir totes les especificacions de la Memòria Justificativa.

Mitjà exterior	Suports	Descompte mínim (%)
Mitjà exterior	Oppis	5,0 punts
	Autobusos	5,0 punts
	Tranvies	5,0 punts
	Tanques	5,0 punts
	Altres suports de Catalunya	4,0 punts
	Mitjà exterior resta de l'estat	4,0 punts
	Mitjà exterior internacional	4,0 punts
Total puntuació possible		32,0 punts

El descompte s'aplica sobre tots els formats possibles, sobre la tarifa vigent de cada suport. És un descompte net abans d'IVA, resultant després d'aplicar tots els descomptes i càrrecs, inclosa la comissió d'agència. Vàlid també a les caselles de grups de suports.

El percentatge de comissió d'agència ha d'estar inclòs en cadascuna de les caselles de l'oferta econòmica, tot i que es demana específicament en un altre quadre del model d'oferta econòmica.

El percentatge d'IVA **no** ha d'estar inclòs a les caselles de l'oferta econòmica.

Les caselles buides seran motiu d'exclusió de la licitació. Les caselles habilitades per ofertes de descompte mínim que continguin un zero (0%) o un valor negatiu, no generaran cap punt. Les caselles amb format diferent del demanat al model (percentatge en comptes de preu o viceversa) no generaran cap punt.

Per tal d'omplir correctament totes les caselles cal llegir totes les especificacions de la Memòria Justificativa.



Comissió d'agència	Conceptes	Tram oferta de comissió d'agència màxim (%)	Puntuació
Mitjans	Mitjans offline	5%	0,00 punts
		fins a 4%	fins a 1,40 punts proporcionals
		fins a 3%	fins a 2,80 punts proporcionals
		fins a 2%	fins a 4,20 punts proporcionals
		fins a 1%	fins a 5,60 punts proporcionals
		fins a 0%	fins a 7,00 punts proporcionals
	Mitjans digitals	5%	0,00 punts
		fins a 4%	fins a 1,00 punts proporcionals
		fins a 3%	fins a 2,00 punts proporcionals
		fins a 2%	fins a 3,00 punts proporcionals
		fins a 1%	fins a 4,00 punts proporcionals
		fins a 0%	fins a 5,00 punts proporcionals
Gestió d'influencers		15%	0,00 punts
		fins a 14%	fins a 0,53 punts proporcionals
		fins a 13%	fins a 1,07 punts proporcionals
		fins a 12%	fins a 1,60 punts proporcionals
		fins a 11%	fins a 2,13 punts proporcionals
		fins a 10%	fins a 2,67 punts proporcionals
		fins a 9%	fins a 3,20 punts proporcionals
		fins a 8%	fins a 3,73 punts proporcionals
		fins a 7%	fins a 4,27 punts proporcionals
		fins a 6%	fins a 4,80 punts proporcionals
		fins a 5%	fins a 5,33 punts proporcionals
		fins a 4%	fins a 5,87 punts proporcionals
		fins a 3%	fins a 6,40 punts proporcionals
		fins a 2%	fins a 6,93 punts proporcionals
		fins a 1%	fins a 7,47 punts proporcionals
		fins a 0%	fins a 8,00 punts proporcionals
Total puntuació possible	Mitjans offline	7 punts	
	Mitjans digitals	5 punts	
	Influencers	8 punts	
	Total	20 punts	

La puntuació s'atorga de manera proporcional

El fet de presentar l'oferta de comissió d'agència en aquest quadre no obsta perquè aquest percentatge hagi d'estar inclòs en les caselles de l'oferta econòmica dels mitjans/suports.

Aquest percentatge s'aplica sobre els imports nets abans de l'IVA de la compra d'espais publicitaris, continguts, accions especials o gestió d'influencers. No s'aplica sobre els costos tecnològics dels mitjans digitals.

El percentatge d'IVA no ha d'estar inclòs a les caselles de l'oferta econòmica.

Les caselles buides o amb comissió d'agència superior al màxim especificat seran motiu d'exclusió de la licitació. Les caselles sense millores o amb format diferent del demanat al model (percentatge amb un màxim de dos decimals) no generaran cap punt.

Per tal d'omplir correctament totes les caselles cal llegir totes les especificacions de la Memòria Justificativa.



B2. Experiència de l'equip tècnic de personal a disposició del Patronat de Turisme

Per tal de poder donar resposta als objectius marcats, essent un element determinant d'aquesta licitació, l'increment de presència en mitjans internacionals, resulta imprescindible valorar l'experiència del personal adscrit al contracte en el referent a la gestió de mitjans a nivell internacional.

La identificació dels mercats que consten en aquest apartat es justifica en base als mercats prioritaris identificats en el Pla Estratègic i el Pla de Marketing vigent i elaborat pel Patronat de Turisme.

Resulta necessari que el personal adscrit al contracte acrediti una experiència en aquests mercats, que no configurant-se la manca de la mateixa com excloents, es valorarà en major mesura els anys d'experiència en els mercats identificats, element qualitatiu a tenir en compte en la licitació.

En aquest sentit:

En aquest apartat les empreses licitadores han d'omplir el nombre d'anys (sencers) d'experiència en determinats mercats en les cel·les habilitades al respecte. Les cel·les han de contenir un nombre sencer i no han de contenir cap fórmula.

El perfil del contractant està disponible l'arxiu Excel *Annex Oferta subjecta a criteris automàtics*.

➤ Detall dels punts per experiència de l'equip tècnic mínim requerit:

Millores en l'equip tècnic mínim requerit						
Anys d'experiència en planificació on/off als mercats d'interès		Director o cap de planificació	Planificador sènior 1	Planificador sènior 2	Professional extra	punts màxims per mercat
		Punts per cada any				
Mercats	França	1,00 punts	1,00 punts	1,00 punts	1,00 punts	5 punts
	Alemanya	1,00 punts	1,00 punts	1,00 punts	1,00 punts	5 punts
	Regne Unit	1,00 punts	1,00 punts	1,00 punts	1,00 punts	5 punts
	Països Baixos	1,00 punts	1,00 punts	1,00 punts	1,00 punts	4 punts
	Bèlgica	1,00 punts	1,00 punts	1,00 punts	1,00 punts	4 punts
	Luxemburg	1,00 punts	1,00 punts	1,00 punts	1,00 punts	4 punts
Total puntuació possible						27 punts

Entenem per un any d'experiència si s'ha gestionat inversions superiors a 40.000€ anuals. L'experiència s'haurà d'acreditar amb la presentació de les campanyes que s'han gestionat a cada país.

S'atorga 1 punt per cada any en concepte de planificació multimèdia (on i offline) en cadascun dels mercats especificats. Tant dels professionals de l'equip mínim requerit com d'un altre professional de l'empresa amb que es pugui comptar.

DOCUMENT DOCUMENT GENÈRIC: 01_0302205 memòria Central de MitjansV2 (versió 2)	IDENTIFICADORS	
ALTRES DADES Codi per a validació: CP97Y-ES5EI-ZYTJ3 Data d'emissió: 3 de Març de 2025 a les 10:52:37 Pàgina 23 de 25	SIGNATURES 1.- Cap Servei Premsa de PATRONAT DE TURISME. Signat 04/02/2025 11:47 2.- Director/a de PATRONAT DE TURISME. APR 05/02/2025 08:54	ESTAT SIGNAT 05/02/2025 08:54



C. Resum de punts d'ambdós criteris

Criteris de valoració		Punts			
Subjectes a judici de valor	Estratègia	400	100%	400	40%
Objectius	Mitjà imprès	155	25,8%	600	60%
	Mitjans digitals	218	36,3%		
	Televisió	90	15,0%		
	Ràdio	58	9,7%		
	Exterior	32	5,3%		
	Comissió d'agència	20	3,3%		
	Millores en l'equip tècnic	27	4,5%		
Total		1.000			

11. Condicions especials d'execució del contracte

En aplicació de l'article 202 de la LCSP, es preveu com a condició especial en relació a l'execució del contracte, vinculades amb l'objecte del corresponent, les següents:

S'estableix com a condició especial d'execució que, l'adjudicatari assumeixi el compromís de desenvolupar mesures de conciliació de la vida laboral, personal i familiar per l'equip que desenvolupi el contracte, com adequació dels horaris laborals amb els horaris escolars, entre d'altres. Les mesures de conciliació adoptades hauran de quedar determinades en una memòria de màxim cinc pàgines a ser entregada abans de la finalització del contracte i del pagament de l'última certificació.

El responsable del contracte informará sobre el compliment de la justificació i farà referència al compliment de les obligacions indicades mitjançant l'informe final de finalització del servei, aportat juntament amb l'acreditació del compliment de les obligacions del contractista.

12. Lliurament dels treballs

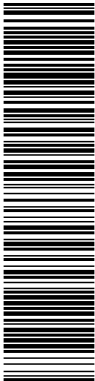
D'acord amb els articles 203 i 204 de RD 1098/2001, de 12 d'octubre, als efectes de la constatació de la correcta execució de la prestació del lliurament del servei:

El lliurament dels serveis quedarà condicionat a la validació prèvia per part del responsable del contracte, de la proposta de Campaña elaborada per la Central de Mitjans, la qual realitzarà la proposta en els termes de representativitat en diferents mitjans i temporalitat de les mateixes.

El lliurament no és tangible pel fet que la traducció de la tasca encomanada serà la presència en els mitjans acordats entre el Patronat de Turisme i la mateixa Central de Mitjans.

El responsable validarà la proposta de campanya que posteriorment tindrà traducció econòmica en funció de la mateixa.

La proposta de campanya quedarà plasmada en les corresponents factures que plasmaran la tipologia de publicitat duta a terme, les quals seran validades pel responsable del contracte tenint en compte les publicitats efectivament efectuades i els acords de nivell de servei, i en el supòsit que consideri que no s'han complert efectuarà el corresponent informe.



DOCUMENT DOCUMENT GENÈRIC: 01_0302205 memòria Central de MitjansV2 (versió 2)	IDENTIFICADORS
ALTRES DADES Codi per a validació: CP97Y-ES5EI-ZYTJ3 Data d'emissió: 3 de Març de 2025 a les 10:52:37 Pàgina 24 de 25	SIGNATURES 1.- Cap Servei Premsa de PATRONAT DE TURISME. Signat 04/02/2025 11:47 2.- Director/a de PATRONAT DE TURISME. APR 05/02/2025 08:54 ESTAT SIGNAT 05/02/2025 08:54



Forma de pagament i recepció dels serveis.

Les factures s'emetran en funció de les accions de difusió i promoció efectivament realitzades sota concreció i direcció del Patronat de Turisme.

En aquest sentit, és d'aplicació la regla de serveis prestats, mitjançant la qual s'estableix que abans de reconèixer una obligació, cal que el servei s'hagi prestat i que es presenti la factura corresponent. En aquest sentit, es pronuncia clarament l'art.59.1 del Reial decret 500/1990, de 20 d'abril pel qual es desenvolupa el capítol primer del títol sisè del text refós de la llei 39/1988, de 28 de desembre, reguladora de les hisendes locals en matèria de pressupostos, que disposa que prèviament al reconeixement de les obligacions haurà d'acreditar-se documentalment davant l'òrgan competent la realització de la prestació o el dret del creditor de conformitat amb els acords que al seu dia van autoritzar i comprometre's la despesa.

El contractista podrà presentar les factures, i percebre'n el preu dins el termini de pagament establert, sempre que prèviament el Patronat de Turisme hagi validat el corresponent servei comprovant que la feina s'ha fet de manera satisfactòria. El contractista facturarà d'acord amb la finalització de cadascuna de les agendes digitals (primavera, estiu, tardor, hivern). El pagament de cada factura es realitzarà d'acord amb l'establert a l'article 198 de la LCSP.

D'acord amb la disposició 32.1 LCSP, el contractista adjudicatari té l'obligació de presentar la factura que expedeixi pels serveis prestats davant del Registre de Factures de la Diputació de Lleida a efectes de la seva remissió a l'òrgan administratiu o unitat a qui correspongui la seva tramitació. La factura anirà adreçada al registre del Patronat de Turisme i s'haurà d'indicar el número d'operació comptable, proporcionat prèviament pel Patronat de Turisme, en cas contrari la factura serà rebutjada pel sistema.

Recepció i comprovació.

D'acord a la Instrucció de la intervenció general 3/2023 per la que s'aprova la guia pel desenvolupament de la funció interventora en l'àmbit de la comprovació material de la inversió, en el cas de supòsits en que per la naturalesa de la prestació/objecte no sigui una realitat física, tangible o no susceptible de constatació material, la comprovació material no serà preceptiva. En aquest supòsit la comprovació material de la inversió es justificarà amb una acta de conformitat signada per les persones que hagin participat en la mateixa o amb un certificat de conformitat emès per part del responsable del centre gestor adjuntant la justificació documental, en cas de ser necessari, que motivi de manera raonable i suficient la realització de l'objecte del contracte/encàrrec de gestió.

Queden exclosos, per tant, de la comprovació amb la participació preceptiva de la Intervenció General de la Diputació de Lleida.

Donat que la prestació és una prestació de caràcter continuu, des del centre gestor s'efectuarà un seguiment del contracte mitjançant la validació de les tasques i funcions dutes a terme per part de l'empresa adjudicatària de cada lot, la qual, en funció de les tasques desenvolupades facturarà l'import adequat i derivat de les mateixes.

L'informe tècnic que acompanyi les corresponents certificacions serà prova de la conformitat de l'execució adequada i correcta als requeriments tècnics previstos en aquests plecs. Essent per tant, element probatori de la correcta execució de l'adjudicatari, i constituint-se així recepcions de caràcter parcial per cada tasca, servei encomanat.

13. Facturació

La presentació de la factura comportarà que el responsable del contracte validi mitjançant informe tècnic acreditatiu de la realització de les tasques i accions per ser facturades, per tal de donar conformitat o no a la factura presentada electrònicament.



DOCUMENT DOCUMENT GENÈRIC: 01_0302205 memòria Central de MitjansV2 (versió 2)	IDENTIFICADORS
ALTRES DADES Codi per a validació: CP97Y-ES5EI-ZYTJ3 Data d'emissió: 3 de Març de 2025 a les 10:52:37 Pàgina 25 de 25	SIGNATURES 1.- Cap Servei Premsa de PATRONAT DE TURISME. Signat 04/02/2025 11:47 2.- Director/a de PATRONAT DE TURISME. APR 05/02/2025 08:54 ESTAT SIGNAT 05/02/2025 08:54



D'acord amb la disposició 32.1 LCSP, el contractista adjudicatari té l'obligació de presentar la factura que expedeixi pels serveis prestats davant del Registre de Factures de la Diputació de Lleida a efectes de la seva remissió a l'òrgan administratiu o unitat a qui correspongui la seva tramitació.

La factura anirà adreçada al registre del Patronat de Turisme i s'haurà d'indicar el número d'operació comptable proporcionat pel Patronat de Turisme, ja que en cas contrari, la factura serà rebutjada pel sistema:

- a) L'òrgan administratiu amb competències en matèria de comptabilitat pública: Intervenció de la Diputació de Lleida.
- b) Servei gestor del contracte: Patronat Intercomarcal de Turisme de la Diputació de Lleida
- c) Òrgan de contractació: Consell d'Administració del Patronat Intercomarcal de Turisme de la Diputació de Lleida
- d) Condició imprescindible en la factura electrònica d'incloure un dels següents números d'operació: autorització de la disposició (A) o bé Autorització i compromís de la despesa (AD) o bé disposició de la despesa (D).

14. Responsable del contracte

D'acord amb el que s'estableix a l'article 62 de la Llei 9/2017, de 8 de novembre de contractes del sector públic, la unitat orgànica encarregada de dur a terme el seguiment i execució ordinària del contracte esmentat, serà el Patronat de Turisme.

D'acord amb el que s'estableix a l'article 62 de la Llei 9/2017, de 8 de novembre de contractes del sector públic, la unitat orgànica encarregada de dur a terme el seguiment i execució ordinària del contracte esmentat, serà el Patronat de Turisme.

El responsable del contracte, a qui li correspondrà supervisar la seva execució, adoptar les decisions i dictar les instruccions necessàries amb la finalitat d'assegurar la correcta realització de la prestació pactada, serà el Tècnic de Comunicació Xavier Rodríguez i Carulla, qui efectuarà també les funcions de representant de l'òrgan de contractació a la recepció del contracte

A Lleida, a data de la signatura electrònica

