



Comanda de serveis d'inserció de publicitat institucional a les xarxes socials

Expedient: ACCIO-2025-28
Procediment: Concreció de condicions
Objecte: Servei d'inserció de publicitat institucional a les xarxes socials per a la difusió de campanyes nacionals i internacionals dels serveis d'ACCIÓ 2025.
Termini d'execució: Fins a 31 de desembre de 2025

S'adjunta a aquesta comanda un brífing de mitjans amb la planificació de les insercions.

Joan Mayans Planells
Màner d'estratègia digital, comercial i màrqueting



Doc. original signat per:
Joan Mayans Planells
30/04/2025

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 02/05/2028

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



0MCCMWX63UH19N288GPUANWEUBDJYX6B

Data creació còpia:
02/05/2025 09:40:42

Pàgina 1 de 5



Servei d'inserció de publicitat institucional a les xarxes socials per a la difusió dels serveis nacionals i internacionals d'ACCIÓ

Bríffing de mitjans

1. Missatges i objectiu de la inserció als mitjans

Aquests grups de campanyes serviran per a la promoció a Catalunya de programes, serveis, continguts, ajuts i activitats d'ACCIÓ a través de Twitter, LinkedIn, Instagram, Youtube i anuncis Google (SEM). També es duran a terme campanyes de promoció internacionals a través de les mateixes xarxes per posicionar Catalunya com a destí de negocis.

1. Serveis per internacionalitzar-se o innovar
2. Oficina de barreres a la internacionalització
3. Continguts empresarials
4. Activitats i grans actes
1. Campanyes a Estats Units: captació d'inversions estrangeres
2. Difusió de casos d'èxit empresarials
3. Posicionament d'esdeveniments de rellevància internacional celebrats a Barcelona/Catalunya
4. Posicionament d'indústries clau catalanes a països prioritaris europeus

Per difondre aquesta informació es preveu la inserció d'anuncis a les xarxes socials i professionals mencionades.

2. Període de les insercions

La inserció es realitzarà des de la notificació d'adjudicació de l'expedient i fins al 31 de desembre de 2025. Cal afegir que la tria definitiva de dates es farà ja dins el marc de les necessitats de comunicació de cadascuna de les accions, en funció d'anàlisi de viabilitat tècnica i d'expectatives d'obtenció de resultats.

3. Pressupost

El pressupost màxim per a aquestes insercions és de 26.994,000 €, IVA exclòs (l'import amb l'IVA inclòs és de 32.662,740 €).





4. Detall de les insercions

El detall concret dels suports i formats d'inserció es detalla a l'excel annex que acompanya l'oferta econòmica.

Es preveu fer insercions als següents suports:

- **Twitter:** A través de publicacions patrocinades (imatge i/o vídeo)
- **LinkedIn:** A través de publicacions patrocinades (imatge i/o vídeo) i Lead Generation.
- **Instagram:** A través de publicacions patrocinades (post en vídeo o imatge, *stories* o *reels*).
- **Youtube:** Vídeos curts patrocinats.
- **Google Ads:** A través d'anuncis per paraules al cercador.

5. Presentació i valoració de les ofertes

Documentació a presentar

- a) **Una declaració responsable** signada conforme es mantenen les condicions inicials de capacitat, solvència i representació que es van acreditar en el procediment per a l'adjudicació de l'Acord marc o la classificació empresarial opcional.
- b) El **model de proposició econòmica** omplert i signat.
- c) L'**Excel de la proposició econòmica desglossada** omplert i signat. Es tracta de l'oferta detallada de preus unitaris (preus o costos nets, descomptes, recàrrecs i comissions d'agència).

Participació en la licitació

D'acord amb la clàusula quaranta-dosena del plec de clàusules administratives particulars de l'Acord marc, **la no participació, sense causa justificada, en més de 5 invitacions als procediments basats és causa de resolució de l'Acord marc.** La justificació de la impossibilitat de participar en el procediment basat es realitzarà mitjançant **la presentació de l'escrit pertinent davant l'òrgan de contractació.** No es podrà al·legar com a causa justificada per no participar qualsevol circumstància que pugui donar lloc a la resolució de l'Acord Marc, en aplicació de les causes previstes en l'article 211 de la LCSP.

Criteris d'adjudicació

El contracte s'adjudicarà a preus unitaris ja que aquesta concreció de condicions es basa únicament en el servei d'insercions en uns suports determinats prèviament definits, sense necessitat d'uns serveis d'anàlisi prèvia ni de planificació estratègica, i la distribució concreta de mitjans, suports i període de les insercions es farà en funció de les necessitats de comunicació.





A tal efecte els preus d'adjudicació seran els oferts per a cadascun dels suports i formats per l'empresa que resulti adjudicatària.

Caldrà oferir per a cadascun dels suports i formats requerits una oferta optimitzada que, per les característiques específiques i els paràmetres de negociació propis de cada mitjà o suport, consistirà en un preu o cost net, un descompte o un recàrrec. El percentatge de la comissió d'agència per a cada mitjà també formarà part de l'oferta econòmica i s'haurà d'especificar a banda, de manera que en el model hi haurà una casella específica per detallar el percentatge de la comissió d'agència a aplicar.

En tot cas, les ofertes presentades hauran de respectar les condicions econòmiques adjudicades i l'establert a la clàusula tercera del Plec de prescripcions tècniques de l'Acord marc. Per poder comprovar que es respecten les condicions en qüestió, a l'excel annex també es demana a les empreses que especifiquin els preus o costos, descomptes, recàrrecs i comissions d'agència homologades en l'expedient de l'Acord Marc EC-2022-32.

La valoració de les propostes es farà mitjançant criteris de valoració automàtica.

Es valoraran els diversos preus unitaris detallats i també es valorarà la comissió d'agència per a formats convencionals i la comissió d'agència per a formats especials. Amb un màxim de 100 punts es puntuaran les ofertes presentades per les empreses licitadores comparant-les entre elles, amb la finalitat de seleccionar la més avantatjosa econòmicament.

A l'hora de fer la valoració de les propostes, es compararan els preus unitaris oferts per les empreses licitadores amb el preu unitari més avantatjós econòmicament i a partir d'aquí la puntuació màxima s'atorgarà a aquelles propostes que ofereixin la millor oferta optimitzada per a cadascun dels mitjans (menor preu o cost, major descompte, menor recàrrec o menor comissió d'agència). La resta d'ofertes obtindran menys puntuació, en proporció a l'augment de l'oferta respectiva.

Cadascun dels apartats de l'oferta econòmica es valorarà per separat, aplicant la fórmula que correspongui en cada cas, i el desglossament de la puntuació per suport i format es detalla a l'annex.

La puntuació total obtinguda per cada licitador serà el resultant de la suma dels punts obtinguts en cadascun dels apartats.

Quan es valorin preus o costos nets* resultants la fórmula per calcular la puntuació és:

$$\text{Puntuació} = \frac{(\text{Puntuació màxima}) \times (\text{preu o cost net per inserció més baix})}{(\text{Preu o cost net per inserció que es puntua})}$$

**Pel que fa referència a la valoració dels costos tecnològics, les propostes que ofereixin un valor de 0 €, donada la impossibilitat d'aplicar la fórmula anterior, rebran la màxima puntuació. La resta d'ofertes obtindran una puntuació de 0.*

Quan es valorin descomptes la fórmula per calcular la puntuació és:





$$\text{Puntuació} = \frac{(\text{Puntuació màxima}) \times (1 - \text{el descompte més alt})}{(1 - \text{el descompte que es puntua})}$$

Quan es valori el recàrrec o la comissió d'agència* (tant per formats convencionals com per formats especials) la fórmula per calcular la puntuació és:

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

D'acord amb allò que s'estableix a la clàusula trenta-unena del plec de clàusules administratives particulars de l'Acord marc, en el cas que es donés un empat entre les ofertes presentades es requerirà a les empreses licitadores una nova proposta. En cas de persistir l'empat, es donarà com a guanyadora la que hagi arribat abans de forma constatable a través de la data i hora de presentació de la nova proposta.

