

Informe justificatiu

Expedient	AG-2025-518	Modalitat	Contracte Públic
Unitat promotora	Servei de Regulació de Mercats Agroalimentaris		
Procediment	Basat per Concreció de condicions	Tipus	Serveis
Objecte	Inserció de publicitat institucional per a la difusió del Programa Escolar de fruites i hortalisses i del Programa Escolar de Llet, en els mitjans de comunicació següents : televisió, mitjà imprès, ràdio i mitjans digitals		

	Import base €	IVA €	Import amb IVA €
Pressupost licitació	235.000,00	49.350,00	284.350,00
Valor estimat	235.000,00	-	-
Termini d'execució	1 Mesos		

Objecte

Servei d'inserció de publicitat institucional en els mitjans de comunicació per a la difusió del **Programes Escolars de Fruites, Hortalisses i Llet que es duen a terme a Catalunya en el marc dels Programes Escolars que finança la Unió Europea durant el curs escolar 2024/2025**, en els mitjans televisió, mitjà imprès, ràdio i digitals

Unitat promotora competent

La unitat promotora és la Direcció General d'Empreses Agroalimentàries, Qualitat i Gastronomia del Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació, en coordinació amb l'Oficina de Comunicació del DARPA i la Direcció General de Difusió del Departament d'Economia i Hisenda, aquest darrer com a òrgan competent en matèria de publicitat institucional.

Finalitat a aconseguir i adequació de la contractació a la finalitat

El Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació té la necessitat de contractar insercions a diversos mitjans de comunicació per difondre el Programa Escolar de Fruites i Hortalisses i el Programa Escolar de Llet que es duen a terme a Catalunya en el marc dels Programes Escolars que finança la Unió Europea durant el curs escolar 2024/2025.

L'objectiu principal de les dues campanyes és informar al públic infantil i adolescent, i a les seves famílies, de l'existència d'aquests programes, que formen part de l'estratègia de la Unió Europea (UE), per a invertir la tendència a la disminució del consum de fruites i hortalisses, i incidir en els nens i nenes per tal que adquireixin hàbits alimentaris saludables, per una banda, i per promoure el consum de llet i els seus derivats en les dietes dels alumnes durant l'etapa de formació dels seus hàbits alimentaris, de l'altra.

Es tracta de campanyes de gran abast dirigides a tots els ciutadans i ciutadanes de Catalunya, però, sobretot, els pares i mares de nens i nenes fins a 12 anys

Per difondre aquesta informació es preveu la inserció d'anuncis als mitjans: televisió, mitjà imprès, ràdio i digitals.

Tasques a realitzar

Tal com estableix l'Acord Marc, les tasques a realitzar són els serveis de gestió i inserció de publicitat institucional en els mitjans de comunicació.

Justificació de la necessitat de contractar

D'acord amb la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de Contractes del Sector Públic, s'informa que el Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació no disposa de personal qualificat per realitzar aquest servei ni tampoc del material, la maquinària i els útils necessaris per a dur a terme l'objecte d'aquesta contractació administrativa.

Elecció del procediment de contractació

Per difondre aquesta publicitat institucional es realitzarà la corresponent comanda i petició d'oferta econòmica pel procediment de concreció de condicions per raó de la quantia que s'estableix a la clàusula trenta-unena del Plec de clàusules administratives particulars que regula l'Acord Marc (exp. EC 2022 32).

Es proposa la tramitació urgent d'acord amb l'article 119 de la de la LGSP per raons d'interès públic atès que, per donar visibilitat als Programes Escolar del curs escolar 2024/2025 i al finançament del Programes per la Unió Europea, cal fer la comunicació dins dels curs escolar 2024/2025, i en la mesura que sigui possible coincidint amb les entregues de producte a l'alumnat dels centres educatius i abans del 20 de juny, data en què finalitza el curs lectiu.

En concret i per la tipologia d'inserció (inserció a diversos mitjans) s'enviarà comanda per a les empreses contractistes del Lot 1 (multimèdia) de l'Acord Marc: Havas Media Group Spain SAU; Carat España SAU, Wavemaker Publicidad Spain, SL i UTE Itan Media SL-Gesmedia Consulting SAU.

Les empreses hauran de presentar una proposta que estarà formada per:

1. **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.
2. El **model de proposició econòmica** emplenat i signat.
3. L'**Excel de la proposició econòmica desglossada** emplenat i signat. Es tracta de l'oferta detallada de preus unitaris (preus o costos nets, descomptes, recàrrecs i comissions d'agència).

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. Les empreses han de justificar la impossibilitat de participar en el procediment basat 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

Determinació del preu, valor estimat del contracte i pressupost base de licitació

Per al càlcul del pressupost de licitació s'ha fet una estimació de costos mitjançant el càlcul de la mitjana de les condicions econòmiques presentades per les empreses adjudicatàries en cadascun dels suports i formats d'inserció. Aquest càlcul també ha tingut en compte el nombre estimat d'insercions, en funció de l'abast de campanya i el període de difusió desitjats.

El valor econòmic d'aquesta actuació és el següent:

El VEC (valor estimat del contracte) coincideix amb el pressupost de licitació perquè no es preveuen pròrrogues ni modificacions contractuals:

Import de licitació, IVA exclòs	Import IVA	Import total, IVA inclòs
235.000,00 €	49.350,00 €	284.350,00 €

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 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 i que queden recollits al document excel annex que es presentarà a la licitació.

Les empreses oferiran 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 o costos, descomptes i recàrrecs 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:

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

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:

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

() Aquesta fórmula és equivalent a la que valora el descompte però a la inversa, ja que en aquest cas es tracta d'un recàrrec als preus.*

Aquestes fórmules s'especifiquen a la clàusula trenta-unena del plec de clàusules administratives particulars de l'Acord marc.

La utilització d'aquestes fórmules d'inversa proporcional atribueix la major puntuació a l'oferta més econòmica i la menor a la menys econòmica, evita que petites diferències en el preu suposin grans diferències de puntuació i assigna els punts d'una manera adequada i proporcional.

També segons la clàusula trenta-unena, 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.

Forma de pagament

El pagament d'aquesta contractació s'abonarà mitjançant diversos pagaments, en funció de les insercions realment efectuades.

Partida pressupostària

L'import total del contracte 284.350,00 €, l'import de 235.000,00 € que correspon al preu del contracte és a càrrec de la partida pressupostària AG06 D/226000300/6130/0000 FFEAGA

de l'annualitat 2025 i 49.350,00 € corresponen a l'Impost sobre el Valor Afegit (21% IVA) és a càrrec de la partida pressupostària AG06 D/226000300/6130/0000 del pressupost de Departament del 2025.

Termini d'execució

El termini d'execució del contracte serà des de la data de la notificació de la seva adjudicació fins al 31 de juliol de 2024.

Responsable del contracte

Als efectes del que disposa l'article 62 de la LCSP, es designa com a responsable del contracte el Cap de Servei de Regulació de Mercats Agroalimentaris.

Conclusió

Per tant, proposo el procediment de concreció de condicions per raó de la quantia, tal i com s'estableix a la clàusula 31 de l' Acord Marc per a la contractació del servei d'inserció de publicitat institucional als mitjans de comunicació per a la difusió dels Programes Escolars de Fruïtes i Hortalisses i de Llet.

El director general,