

Comanda de serveis d'inserció de publicitat institucional en mitjans de comunicació.

Expedient: ACC-2025-40
Procediment: Concreció de condicions
Objecte: Servei d'inserció de publicitat institucional a mitjans de naturalesa diversa per a la difusió d'informació en matèria de consum
Termini d'execució: Des de l'endemà de la notificació de l'adjudicació del contracte i fins al 15 de desembre de 2025

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

M. Rosa Gimeno Simon
Cap de la Secretaria Tècnica
Agència Catalana del Consum

Servei d'inserció de publicitat institucional a mitjans de naturalesa diversa per a la difusió d'informació en matèria de consum.

Brífig de mitjans

1. Missatges i objectiu de la inserció als mitjans

L'Agència Catalana del Consum (endavant ACC) té entre les seves competències, assignades per la llei de creació d'aquesta, la promoció i la defensa dels drets de les persones en matèria de consum, així com la millora de la competitivitat de les empreses.

Un dels objectius de l'ACC és el de donar-se a conèixer com a organisme referent a Catalunya en l'àmbit del consum, així com aconseguir una major projecció pública de l'organització i de les seves funcions. La seva missió és garantir els drets de les persones com a consumidores de béns i productes i usuàries de serveis. La Llei 22/2010 de 20 de juliol del Codi del Consum de Catalunya estableix que l'Administració de la Generalitat ha de dur a terme i fomentar campanyes informatives i activitats de difusió amb l'objectiu que les persones consumidores coneixin llurs drets. Aquestes campanyes i activitats s'han d'acomplir a través dels mitjans més adequats en cada cas.

És per aquest motiu que es vol sol·licitar la contractació d'una empresa que ofereixi el servei d'inserció de continguts als diferents mitjans de comunicació. D'aquesta manera es maximitzarà el nombre de ciutadans que reben informacions d'interès sobre els seus drets com a consumidors i de l'acció de l'ACC.

2. Període de les insercions

La inserció es realitzarà des de l'endemà de la notificació de l'adjudicació de l'expedient, fins com a màxim al 15 de desembre del 2025.

La inserció en els mitjans es realitzarà durant aquest període a mesura que vagin sorgint les necessitats de traslladar els missatges que es considerin rellevants. Així doncs, la tria definitiva de dates de cadascuna de les campanyes es farà dins el marc de les necessitats de comunicació de l'ACC.

3. Pressupost

El pressupost màxim per a aquestes insercions és de 329.996,00 €, IVA exclòs (l'import amb l'IVA inclòs és de 399.295,16 €).

4. Detall de la inserció/planificació

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

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 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).

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 de l'ACC.

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. 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.

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:

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

() 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.