

MEMÒRIA DE LA PROPOSTA D'INICI DE LICITACIÓ PER LA CONTRACTACIÓ DE SERVEIS D'UNA CENTRAL DE MITJANS PER A LA GESTIÓ I INSERCIÓ DE LA PUBLICITAT INSTITUCIONAL I ANUNCIS OFICIALS DE L'AJUNTAMENT DE SANTA COLOMA DE GRAMENET**1.- ANTECEDENTS I NECESSITATS**

D'acord amb l'article 69 (Punt 1) de la LRBRL, les Corporacions locals facilitaran la més àmplia informació sobre la seva activitat i la participació de tots els ciutadans en la vida local. Per tant, es configura com a competència d'aquest Ajuntament desenvolupar les accions comunicatives necessàries per informar de forma veraç, plural i transparent a la ciutadania amb l'objectiu de fomentar el debat públic i la participació democràtica. En el marc d'aquestes competències, l'Ajuntament ha d'estar dotat dels recursos humans i tècnics necessaris per poder desenvolupar les estratègies comunicatives dirigides a divulgar entre la ciutadania els resultats de la gestió municipal. Fins a la incoació d'aquest expedient la contractació s'ha realitzat amb la modalitat de contractació menor.

Atès que l'Ajuntament de Santa Coloma de Gramenet no disposa de mitjans personals ni de recursos tècnics per cobrir les necessitats que es tracten de satisfer amb aquesta contractació, en conseqüència resulta necessari subscriure la present contractació i es proposa incoar el corresponent expedient de contractació.

2.- TRAMITACIÓ I PROCEDIMENT

Tramitació: ☒ Ordinària

PROCEDIMENT DE LICITACIÓ	TERMINI PRESENTACIÓ OF.
Obert Harmonitzat	30 dies naturals

2.- DEFINICIÓ DE L'OBJECTE DEL CONTRACTE I DIVISIÓ EN LOTS

L'objecte d'aquest contracte és la contractació d'una central de mitjans per a la gestió i inserció de la publicitat institucional de l'Ajuntament de Santa Coloma de Gramenet en mitjans de comunicació locals i generalistes (premsa escrita, premsa digital i ràdio); en xarxes socials (Facebook, X (abans Twitter), Instagram, TiktTok i Youtube); patrocini i col·laboracions en actes i promocions i la gestió de la inserció d'anuncis oficials de caràcter obligatori, encartaments, esqueles i classificats als diaris de major difusió a la zona

La contractació d'una central de mitjans suposa un ús més eficient dels recursos municipals ja que es tracta d'un tipus d'empresa experta en negociar i comprar espais publicitaris en els mitjans de comunicació que aconsegueix descomptes importants sobre les tarifes vigents de publicitat.

Complementàriament és objecte del contracte la promoció del medi ambient

CPV: 79341200 – 8. Serveis de gestió publicitària.

Possibilitat de licitar en lots i/o partides:

☒ Sí.

LOT 1. Publicitat institucional.

gestió i inserció de la publicitat institucional de l'Ajuntament de Santa Coloma de Gramenet en mitjans de comunicació locals (premsa escrita, premsa digital i ràdio); en mitjans de comunicació generalistes

(premsa escrita, premsa digital i ràdio); en xarxes socials (Facebook, X (abans Twitter), Instagram, TikTok i Youtube); i encartaments, patrocinis i col·laboracions en actes i promocions.

LOT 2. Anuncis oficials

Gestió de la contractació d'anuncis oficials, classificats o esqueles pels edictes i altres resolucions administratives que sigui necessària la seva publicació en diaris de màxima difusió a la zona.

Condicions a la participació dels lots i adjudicació d'aquests:

Atenent a l'article 3 del decret llei 3/2025, de 4 de març, pel qual s'adopten mesures urgents en matèria de contractació pública, no resulta d'aplicació la limitació en el nombre de lots adjudicats pels següents motius:

- 1- Les prestacions requerides en els diferents lots de la licitació no es poden considerar equivalents perquè la publicitat és una acció voluntària per a l'administració i es gestiona íntegrament pel servei de comunicació i en el cas dels anuncis oficials l'administració està obligada a fer una publicitat o comunicació a la ciutadania envers una resolució efectuada per diferents serveis de l'Ajuntament. La distribució dels serveis en lots s'ha determinat de forma que els serveis de cada lot no són equivalents entre ells, essent totalment independents a nivell tècnic i operatiu, ja que no s'ha considerat cap criteri de separació basat ni en volum ni en distribució geogràfica.
- 2- La no limitació no implica risc d'afectació en la concurrència. Per a cada lot es requereixen condicions d'habilitació específiques, i uns requisits en quant a solvència tècnica i econòmica exigents, en consonància amb la rellevància i criticitat dels serveis requerits per l'Ajuntament. Per tant, les empreses licitadores amb capacitat de participació en aquesta licitació han d'acreditar disposar dels mitjans necessaris per a l'execució. Addicionalment, en tots els lots, es defineixen criteris de valoració tant de judici de valor com avaluable automàticament, per tant, sempre s'adjudicaran les prestacions associades a cada lot al licitador que presenti la proposta amb la millor relació qualitat-preu.

Per l'exposat anteriorment, els licitadors podran participar en la licitació de tots els lots en que es divideix l'objecte del contracte de referència, ofertant per a un o els dos lots, podent resultar una mateixa empresa adjudicatària d'un o més lots sense limitació.

4.-CONTRACTE RESERVAT

☒ NO

5.- PRESSUPOST DE LICITACIO. SISTEMA DE DETERMINACIÓ DEL PREU

El sistema de determinació del pressupost de licitació és **preu unitari**, que anirà en funció de les campanyes, quantitat d'anuncis per campanya i selecció de mitjans que determini el Servei de Comunicació, basant-se en els preus oficials de mercat dels diferents costos de les insercions als mitjans de comunicació més el preu de la comissió de les agències de contractació publicitària, que s'estima en un màxim del 10% del cost de la inserció.

Pressupost total del contracte serà:

	ANUAL	BIANUAL	IVA	TOTAL
LOT 1	112.013,00 €	224.026,00 €	47.045,46 €	271.071,46 €
LOT 2	10.000,00 €	20.000,00 €	4.200,00 €	24.200,00 €
TOTAL	122.013,00 €	244.026,00€	51.245,46 €	295.271,46 €

Aquest import és màxim i l'Ajuntament de Santa Coloma de Gramenet no s'obliga a exhaurir-lo en la seva totalitat, sinó que la despesa anirà en funció de la demanda dels serveis objecte del contracte.

Atès que actualment no es pot quantificar amb exactitud el tipus de format i el nombre d'insercions publicitàries objecte d'aquesta contractació, el valor del contracte s'ha estimat en base a les necessitats de campanyes institucionals previstes (no definitives) durant dos anys com a màxim, així com als preus

Àrea d'Alcaldia

Servei de Comunicació

de mercat segons les tarifes de cadascun dels mitjans de comunicació que aquest Ajuntament utilitza habitualment, incloent també la comissió dels serveis d'agència, que serà, com a màxim un 10% del cost de la inserció. Es fa constar que aquest càlcul no s'ha fet amb la intenció de sostreure el contracte a l'aplicació de les normes d'adjudicació que corresponguin.

DESGLÓS DEL PRESSUPOST per a dos anys. Per facilitar la confecció d'ofertes per part dels contractistes es proposa una estimació de la despesa segons suport i un llistat de mitjans que l'Ajuntament considera prioritaris. No obstant, l'Ajuntament podrà contractar campanyes publicitàries a d'altres mitjans que no apareguin a la llista s'estimen aproximadament els següents volums de contractació durant la vigència d'aquest contracte:

LOT 1: Inserció en Mitjans

Tipus de mitjà	Import estimat	IVA	TOTAL
Imprès	129.998,00 €	27.299,58 €	157.297,58 €
Radiofònic	19.998,00 €	4.199,58 €	24.197,58 €
Digital	18.040,00 €	3.788,40 €	21.828,40 €
Xarxes Socials	11.990,00 €	2.517,90 €	14.507,90 €
Patrocinis	44.000,00 €	9.240,00 €	53.240,00 €
TOTAL	224.026,00 €	47.045,46 €	271.071,46 €

LOT 2: Anuncis oficials

Anuncis oficials	20.000 €	4.200,00 €	24.200,00 €
------------------	----------	------------	-------------

TOTAL CONTRACTE	244.026,00 €	51.245,46 €	295.271,46 €
------------------------	---------------------	--------------------	---------------------

Aquest pressupost inclou la comissió dels serveis d'agència (màxim 10%), les despeses generals i el benefici industrial.

Estimació de despesa anual segons mitjans LOT 1

Mitjà imprès

ElMirall.net	18.090,00 €
Diari de Santa Coloma	8.000,00 €
Línia Nord	8.000,00 €
La Vanguardia	15.000,00 €
El Periódico	10.000,00 €
TOTAL DESPESA	59.090,00 €
Tarifa agència (10%)	5.909,00 €
TOTAL	64.999,00 €

Radiofònic

Ràdio Tele Taxi	3.000,00 €
Ràdio Pomar	1.050,00 €
Ona Mar	1.040,00 €
Grup PRISA	2.000,00 €
RAC1	2.000,00 €
TOTAL INVERSIÓ	9.090,00 €
Tarifa agència (10%)	909,00 €
TOTAL DESPESA	9.999,00 €

Mitjà digital

El web del Mirall	1.000,00 €
Línia Xarxa	1.000,00 €
Diari de Santa Coloma	1.000,00 €
Metrópoli Abierta	1.200,00 €
La Ciutat	2.000,00 €
La Vanguardia	1.000,00 €
El Periódico	1.000,00 €
TOTAL INVERSIÓ	8.200,00 €
Tarifa agència (10%)	820,00 €
TOTAL DESPESA	9.020,00 €

Xarxes socials

Meta (Faceboo+Instagram)	3.000,00 €
YouTube	2.450,00 €
TOTAL INVERSIÓ	5.450,00 €
Tarifa agència (10%)	545,00 €
TOTAL DESPESA	5.995,00 €

Patrocinis

Prensa Ibérica	10.000,00 €
Grupo Godó	5.000,00 €
Grupo Prisa	5.000,00 €
TOTAL INVERSIÓ	20.000,00 €
Tarifa agència (10%)	2.000,00 €
TOTAL DESPESA	22.000,00 €

TOTAL ESTIMAT ANUAL 112.013,00 €

Valor Estimat de Contracte (VEC): 414.844,20 €

LOTE	PRESSUPOST ESTIMAT (2 anys)	MODIFICACIONS 20 %	PRÒRROGA	VALOR ESTIMAT
1.Publicitat institucional.	224.026,00 €	44.805,20 €	112.013,00 €	380.844,20 €
2.Anuncis oficials	20.000,00 €	4.000,00 €	10.000,00 €	34.000,00 €
	244.026,00 €	48.805,20 €	122.013,00 €	414.844,20 €

6.- APLICACIÓ PRESSUPOSTARIA

Aplicació pressupostaria LOT1 i LOT2	Projecte comptable	Anualitats
1120 92003 2260200		2025, 2026 i 2027

Atès que el contracte de serveis per la realització dels treballs a executar durant els exercicis econòmics de 2025, 2026, 2027 comporta despeses de caràcter plurianual, la seva autorització o realització es subordina al crèdit que per cada exercici autoritzi els respectius pressupostos municipals, tal com preveu l'article 174 del RD Legislatiu 2/2004, del Text Refós de la Llei Reguladora de les Hisendes Locals, que permet adquirir compromisos per a despeses que afectin exercicis posteriors a aquell en el que s'autoritzen.

7.- TERMINI O DURADA DEL CONTRACTE

Àrea d'Alcaldia
Servei de Comunicació

El termini total del contracte és de **2 anys**.

☒ Pròrroga. S'estableix la possibilitat de prorrogar el contracte durant **un any**, amb una comunicació al contractant amb una antelació mínima de 6 mesos a partir de la data de finalització del contracte.

8.- ESPECIAL HABILITACIÓ. SOLVENCIA I/O CLASSIFICACIÓ EMPRESARIAL**Especial HABILITACIÓ empresarial o professional**

☒ NO

Per a cadascun dels lots:

☒ Volum anual de negocis o volum anual de negocis en l'àmbit d'activitats corresponents a l'objecte del contracte, referit al millor exercici dintre dels 3 últims exercicis disponibles en funció de la data de creació o d'inici de les activitats de l'empresari. Mínim: Import de licitació del lot corresponent:

Lot 1: 224.026 €; Lot 2: 20.000 €

En cas de voler participar en més d'un lot la solvència econòmica ha de ser la suma dels imports corresponents als lots que vulgui participar.

8.2.- Solvència tècnica o professional

☒ Relació dels principals serveis realitzats en els últims **3 anys** que inclogui import, dates i destinatari, públic o privat. Els serveis o treballs efectuats s'acreditaran mitjançant certificats de bona execució expedits o visats per l'òrgan competent, quan el destinatari es un subjecte privat, mitjançant un certificat expedat per aquest o, a falta d'aquest certificat, mitjançant una declaració.

Mínim de solvència: Mínim haver executat 3 contractes/treballs similars a l'objecte del contracte (màxim 5), diferent per a cada lot, per import global igual o superior a l'import de l'annualitat mitja de cadascun dels lots:

Lot 1: 126.948,06 €; Lot 2: 11.333,33 €.

8.3.- Classificació del contractista (optativa). En aquest cas, no cal declarar la solvència econòmica i financera i tècnica o professional relacionada en els apartats anteriors, sempre i quan l'abast territorial de l'autorització o l'habilitació requerida permeti realitzar els treballs dins del nostre àmbit territorial i es tingui la habilitació requerida.

LOT	GRUP	SUBGRUP	CATEGORIA
1	T	1	1
2	T	1	1

8.4.- Adscripció de mitjans materials i/o personals a l'execució del contracte.

NO. Els que figuren al PPT

9.- CRITERIS D'ADJUDICACIÓ DEL CONTRACTE

L'oferta amb millor relació qualitat-preu per a l'interès públic des de la perspectiva de la millor relació qualitat –preu d'aquest contracte es determinarà sobre la base d'una pluralitat de criteris de valoració, els quals tenen una ponderació màxima de 100 punts avaluable de conformitat amb els criteris i subcriteris següents:

LOT 1

Criteris de valoració automàtica o mitjançant fórmules matemàtiques (100 punts):

La motivació de l'elecció d'aquests criteris de valoració és per determinar l'oferta econòmica més avantatjosa que satisfaci les necessitats que es pretenen cobrir amb aquesta contractació.

1. **Descomptes sobre les tarifes vigents oficials** de les insercions publicitàries a mitjans prioritaris.
Puntuació màxima: **45 punts**.

Al tractar-se de compra d'espais publicitaris en diferents mitjans de comunicació, així com diferents extensions o terminis l'oferta no es fa com el preu unitari de l'anunci si no sobre el descompte aplicat a aquest pel medi de difusió de la publicitat

L'oferta econòmica es valorarà fins a 45 punts mitjançant una fórmula ponderada segons el percentatge de descompte ofert per cada licitador sobre els preus bruts de tarifa (sense impostos ni altres descomptes) per a cadascun dels tipus de mitjans que integren el contracte, atenent a la distribució estimada de despesa.

Aquest sistema ponderat permet una valoració més realista i equitativa de les ofertes, donant major pes als mitjans amb una presència més significativa en l'estratègia publicitària municipal i evitant desequilibris per descomptes elevats en canals de menor ús.

Cada licitador haurà d'indicar el percentatge de descompte o comissió aplicada per a cada tipus de mitjà següent:

$$\text{Puntuació} = \sum \left(pp_i \cdot \frac{P_i}{MP_i} \right)$$

On:

pp_i = Puntuació ponderada del mitjà i

MP_i = Major descompte del mitjà i

P_i = Descompte ofert pel producte i

On la puntuació ponderada de cada producte, és la següent:

On la puntuació ponderada de cada mitjà és la següent:

Mitjà imprès	Punts descompte més gran
Mirall.net	10
La Vanguardia	5
El Periódico	5
Diari de Santa Coloma	2
Línia Nord	1
TOTAL	23

Mitjans digitals	Punts descompte més gran
elwebdelmirall	5
metropoliabierta	2
La Ciutat	2
liniatarxa	1
diaridesantacoloma	2
La Vanguardia	1
El Periódico	1
TOTAL	14

Àrea d'Alcaldia

Servei de Comunicació

Mitjans Radiofònics	Punts descompte més gran
Ràdio Tele Taxi	1
Grupo PRISA	1
RAC 1	1
Ràdio Pomar	1
Ona Mar	1
TOTAL	5

Patrocinis	Punts descompte més gran
Prensa Ibérica	1
Grupo Godó	1
Grupo Prisa	1
TOTAL	3

TOTAL MITJANS	45
----------------------	-----------

Tots els descomptes es presentaran amb un màxim de dos decimals. En l'aplicació de les fórmules el valor s'arrodonirà amb els dos primers decimals.

ATENCIÓ: S'han de complimentar TOTS els descomptes. En el supòsit que alguna de les caselles destinades a descomptes quedés buida, l'Ajuntament entendrà que el descompte consignat és del 0%.

Justificació de la fórmula: Per tal de valorar la proposta econòmica de la present licitació, s'ha optat per una fórmula ponderada en funció de la despesa realitzada en els diferents mitjans, valorant-se més el descompte que es faci en el mitjà que es fa servir més.

De conformitat amb el que preveuen els articles 145 i 146 de la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de Contractes del Sector Públic, els criteris d'adjudicació han d'estar formulats de manera objectiva, amb la finalitat d'identificar l'oferta econòmicament més avantatjosa. En futur contracte, que té per objecte la gestió integral de les campanyes de publicitat institucional, resulta especialment rellevant que la valoració econòmica no es basi únicament en un preu global o descompte únic, sinó que reflecteixi l'estructura real de la despesa publicitària i el valor afegit que aporta cada licitador per tipus de mitjà.

Atès que les campanyes institucionals es difonen a través de diferents canals —premsa escrita, ràdio, mitjans digitals i patrocinis.— i que cadascun d'ells representa un percentatge variable del pressupost total en funció del seu impacte i del públic objectiu, es justifica l'aplicació d'una fórmula ponderada que valori el percentatge de descompte o optimització ofert per cada licitador segons el tipus de mitjà, ponderat d'acord amb l'estimació de despesa prevista en cadascun d'ells.

Aquesta metodologia permet:

- Ajustar l'oferta econòmica a la realitat operativa i estratègica del contracte.
- Evitar propostes desproporcionades en mitjans de poca utilització i, per tant, sense impacte real en l'execució del contracte.
- Fomentar una competència real i eficient, premiant aquells licitadors que ofereixin millors condicions en els mitjans més utilitzats per l'ajuntament.
- Garantir la transparència i la proporcionalitat en l'avaluació, d'acord amb els principis d'igualtat i no discriminació establerts a l'article 1 de la LCSP.

Per tant, la ponderació per tipus de mitjà resulta justificada tècnica i jurídicament, ja que reflecteix millor l'economia efectiva del contracte i la seva execució previsible, sense limitar la competència ni introduir elements de valoració arbitraris.

Justificació de l'oferta: Es presentarà l'oferta econòmica de conformitat amb l'annex 2 OFERTA ECONOMICA. A efectes de la seva valoració, la oferta econòmica presentada haurà d'estar degudament justificada mitjançant el detall de descomptes, per la qual cosa s'haurà d'adjuntar el document excel "Fitxa de justificació de l'oferta", en format xlsx i en format pdf, aquest darrer, signat.

2. Percentatge de la comissió d'agència. Puntuació màxima: 20 punts

Es valorarà l'import de la comissió de gestió que l'agència proposi aplicar sobre el pressupost destinat a accions de comunicació, sempre que no superi el límit màxim del 10 % sobre l'import net (sense IVA) de cada contractació de mitjans.

Aquest criteri té com a objectiu valorar l'eficiència de la gestió econòmica de l'agència, optimitzant els recursos públics i reduint les despeses associades a la contractació de serveis publicitaris.

La puntuació s'atorgarà aplicant una fórmula de proporcionalitat inversa, prenent com a referència la comissió més baixa presentada entre totes les ofertes, que obtindrà la màxima puntuació i a la resta se les aplicarà la següent fórmula:

$$P = 20 \times \frac{C_{\min}}{C_{\text{oferta}}}$$

On:

P: puntuació atorgada al licitador que s'està valorant
C_{min}: percentatge de comissió més baixa ofertada (%)
P_{oferta}: percentatge de comissió de l'oferta a valorar

La comissió d'agència es presentarà amb un màxim de 2 decimals, i sense poder superar el 10%. Si es supera obtindrà una puntuació de 0 punts

Justificació del criteri:

De conformitat amb els articles 145 i 146 de la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de Contractes del Sector Públic (LCSP), els criteris d'adjudicació han de permetre identificar l'oferta econòmicament més avantatjosa, garantint els principis de transparència, igualtat i no discriminació.

En el present contracte, l'import de la comissió de gestió de l'agència constitueix un dels elements essencials per a la determinació del cost real del servei, atès que aquesta comissió incideix de manera directa en la quantitat efectiva disponible per a la contractació de mitjans.

Per aquest motiu, es valora aquest concepte de forma separada i específica, mitjançant una fórmula de proporcionalitat inversa que premia les ofertes amb comissions més reduïdes, i per tant més eficients en termes de despesa pública.

Justificació de l'oferta: Es presentarà l'oferta econòmica de conformitat amb l'annex 2 OFERTA ECONOMICA.

3. Inserció de anuncis i/o publicitat en altres mitjans que no figuren al llistat. 15 punts

Es valorarà, fins a 15 punts com a màxim, el percentatge de descompte que el licitador ofereixi sobre les tarifes brutes (sense impostos ni altres descomptes) aplicables a la inserció de publicitat en altres mitjans de comunicació que no estan expressament detallats al plec, però que puguin ser requerits durant l'execució del contracte.

Aquest criteri té per objectiu assegurar unes condicions econòmiques favorables també per a accions publicitàries puntuals o complementàries en canals no previstos inicialment però que puguin resultar d'interès estratègic per al consistori.

Àrea d'Alcaldia

Servei de Comunicació

Aquest criteri permet reconèixer el valor afegit que poden aportar els licitadors en termes de diversificació de canals, proximitat o especialització de l'audiència, mitjançant accions que complementin la presència institucional als canals principals.

El descompte ofert haurà de ser expressat en percentatge (%), i s'aplicarà sobre qualsevol contractació de mitjans que no estiguin recollits a les categories de mitjà imprès, mitjà digital, mitjans radiofònics o patrocinis. La valoració es farà segons la següent taula:

Descompte sobre preu de tarifa	Puntuació
Superior al 20%	15
Entre el 15 % i el 19%	10
Entre el 10 % i el 14%	5

Justificació del criteri: Aquest criteri s'emmarca dins l'article 145 de la LCSP com a criteri automàtic, objectivable i vinculat a l'objecte del contracte, en la mesura que contribueix a millorar la rendibilitat global de les campanyes institucionals també en suports complementaris.

La seva aplicació mitjançant una fórmula proporcional directa garanteix:

- Transparència i igualtat entre licitadors.
- Simplicitat en la valoració.
- Estímul de l'eficiència econòmica en la gestió de recursos públics

Justificació de l'oferta: Es presentarà l'oferta econòmica de conformitat amb l'annex 2 OFERTA ECONOMICA.

4. Preu unitari màxim per 1.000 impressions (CPM). Únicament per a les insercions en xarxes socials.
Puntuació màxima: **10 punts**

En el cas de les xarxes socials, les diferents plataformes no tenen publicades unes tarifes oficials i no apliquen descomptes de preus sobre tarifa. En aquestes xarxes socials es treballa amb un sistema de compra per subhasta segons els objectius de la campanya. Per aquesta raó, en el cas de les xarxes socials, es sol·licita preu unitari màxim de cost ofert (IVA exclòs) per 1.000 impressions (CPM) en les plataformes previstes. Es valorarà el cost unitari màxim ofert pel licitador per cada 1.000 impressions (CPM) en la inserció de publicitat institucional en xarxes socials, segons les següents plataformes::

$$\text{Puntuació} = \sum \left(p p_i \cdot \frac{M P_i}{P_i} \right)$$

On:

$P p_i$ = Puntuació ponderada de la xarxa i

$M P_i$ = Menor preu per 1000 CPM a la xarxa i

P_i = Preu ofert per 1000 CPM a la xarxa i i

On la puntuació ponderada de cada xarxa és la següent:

DESCRIPCIÓ	PUNTUACIO PONDERADA
Meta (Facebook, X, Instagram)	4
Tik Tok	4
YouTube	2
	10

Justificació del criteri: Aquest criteri s'emmarca dins l'article 145 de la LCSP com a criteri automàtic, objectivable i vinculat a l'objecte del contracte, en la mesura que contribueix a millorar la rendibilitat global de les campanyes institucionals també en suports complementaris.

La seva aplicació mitjançant una fórmula proporcional directa garanteix:

- Transparència i igualtat entre licitadors
- Simplicitat en la valoració
- Estímul de l'eficiència econòmica en la gestió de recursos públic

Justificació de l'oferta: Es presentarà l'oferta econòmica de conformitat amb l'annex 2 OFERTA ECONOMICA.

5. Inserció de publicitat a càrrec del licitador (màxim 10 punts):

Es valorarà com a millora del contracte la proposta d'inserció de publicitat, a càrrec del licitador, per a entitats ciutadanes, ONG, associacions veïnals o col·lectius d'interès social del municipi, al mitjà de comunicació local amb més difusió.

Aquestes insercions es faran sense cost per a l'Ajuntament i tindran com a finalitat donar suport a la visibilització de la tasca social o comunitària d'aquestes entitats.

El licitador haurà de comprometre's a realitzar aquestes insercions al llarg de cada any natural de vigència del contracte, indicant la seva periodicitat. Només es valorarà una única opció per licitador, que serà vinculant.

Puntuació segons el compromís ofert:

Periodicitat	Punts
3 cops a l'any	10 punts
2 cops a l'any	8 punts
1 cop a l'any	4 punts

Justificació del criteri: Aquest criteri s'emmarca dins del que preveu l'article 145.2 i 145.5 de la LCSP, que permeten valorar criteris que aportin millores vinculades a l'objecte del contracte, especialment quan tenen caràcter social o de responsabilitat institucional.

Mitjançant aquesta millora es fomenta:

- La col·laboració publico-privada en la promoció de l'associacionisme i la participació ciutadana.
- La projecció de valors socials i solidaris a través dels canals de comunicació habituals.
- L'ús de mitjans locals, promovent la difusió de proximitat i el retorn comunitari.

Justificació: Declaració de compromís per al licitador

LOT 2

Criteris de valoració automàtica o mitjançant fórmules matemàtiques (100 punts):

1. **Oferta econòmica (50 punts).** Es valorarà l'oferta econòmica presentada pel licitador, expressada com a preu unitari per centímetre de columna o per mòdul, amb tots els costos inclosos (exclusos impostos). Fórmula de valoració:

$$P = 50 \times \frac{P_{\min}}{P_{\text{oferta}}}$$

On:

P: puntuació atorgada al licitador

P_{min}: Descompte més alt presentat

P_{oferta}: Descompte presentat pel licitador

Justificació del criteri:

Aquest és un criteri automàtic, objectiu i quantificable, d'acord amb l'article 145.2 de la LCSP. L'ús de la fórmula de proporcionalitat inversa permet identificar l'oferta més avantatjosa des del punt de vista econòmic, garantint transparència, no discriminació i eficiència en la utilització de fons públics.

Àrea d'Alcaldia

Servei de Comunicació

El descompte es presentarà en tant per cent i amb dos decimals

La motivació de l'elecció d'aquest criteri de valoració és per determinar l'oferta econòmica més avantatjosa que satisfaci les necessitats que es pretenen cobrir amb aquesta contractació.

Justificació: Declaració de conformitat amb l'annex 2 OFERTA ECONOMICA.

2. Percentatge de la comissió d'agència. Puntuació màxima: 20 punts

Es valorarà l'import de la comissió de gestió que l'agència proposi aplicar sobre el pressupost destinat a accions de comunicació, sempre que no superi el límit màxim del 10 % sobre l'import net (sense IVA) de cada contractació de mitjans.

Aquest criteri té com a objectiu valorar l'eficiència de la gestió econòmica de l'agència, optimitzant els recursos públics i reduint les despeses associades a la contractació de serveis publicitaris.

La puntuació s'atorgarà aplicant una fórmula de proporcionalitat inversa, prenent com a referència la comissió més baixa presentada entre totes les ofertes, que obtindrà la màxima puntuació i a la resta se les aplicarà la següent fórmula:

$$P = 20 \times \frac{C_{\min}}{C_{\text{oferta}}}$$

On:

P: puntuació atorgada al licitador que s'està valorant
 $C_{\min}$: percentatge de comissió més baixa ofertada (%)
 P_{oferta} : percentatge de comissió de l'oferta a valorar

La comissió d'agència es presentarà amb un màxim de 2 decimals, i sense poder superar el 10%. Si es supera obtindrà una puntuació de 0 punts

Justificació del criteri:

De conformitat amb els articles 145 i 146 de la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de Contractes del Sector Públic (LCSP), els criteris d'adjudicació han de permetre identificar l'oferta econòmicament més avantatjosa, garantint els principis de transparència, igualtat i no discriminació.

En el present contracte, l'import de la comissió de gestió de l'agència constitueix un dels elements essencials per a la determinació del cost real del servei, atès que aquesta comissió incideix de manera directa en la quantitat efectiva disponible per a la contractació de mitjans.

Per aquest motiu, es valora aquest concepte de forma separada i específica, mitjançant una fórmula de proporcionalitat inversa que premia les ofertes amb comissions més reduïdes, i per tant més eficients en termes de despesa pública.

Justificació de l'oferta: Es presentarà l'oferta econòmica de conformitat amb l'annex 2 OFERTA ECONOMICA.

3. **Difusió del mitjà (20 punts)** Es valorarà la difusió mitjana auditada dels diaris proposats (màxim 3) dins l'àmbit provincial, amb dades acreditades mitjançant fonts oficials (OJD, EGM o similars), publicades en la data anterior més propera a la finalització del termini de licitació, i segons la següent taula:

Difusió mitjana auditada	Puntuació
Més de 20.000 exemplars	20 punts
Entre 10.000 i 20.000 exemplars	15 punts
Entre 5.000 i 9.999 exemplars	10 punts
Menys de 5.000	5 punts

Justificació del criteri:

Aquest criteri està vinculat a l'objecte del contracte i respon al principi de rendiment i abast del servei, ja que la difusió determina l'eficàcia dels anuncis oficials. És un criteri de valoració tècnic i qualitatiu, conforme a l'article 145.5 de la LCSP, que afavoreix la contractació de mitjans amb major cobertura territorial i impacte sobre la ciutadania.

Justificació: Declaració de conformitat amb l'annex 2 OFERTA ECONOMICA. Indicant el mitjà on es publicaran i aportant dades acreditades de la tirada del mitjà proposat a data de finalització de presentació d'ofertes

4. **Major rapidesa en la publicació de l'anunci. Màxim 10 punts** Es valorarà el menor termini compromès pel licitador, en dies naturals, des de la recepció de l'ordre de publicació per part de l'Ajuntament fins a l'efectiva inserció de l'anunci al diari. Segons la següent taula:

Termini	Puntuació
1 dia o menys	10
2 dies	8
3 dies	6
4 dies	3
Més de 4 dies	0

Justificació del criteri:

Aquest criteri incideix en la celeritat i qualitat del servei prestat, aspectes estretament vinculats a l'objecte del contracte, d'acord amb l'article 145.2 i 145.5 de la LCSP. Permet valorar el compromís dels licitadors amb la capacitat de resposta operativa, la qual és especialment rellevant en publicacions d'urgència o amb terminis legals ajustats.

Justificació: Declaració de conformitat amb l'annex 2 OFERTA ECONOMICA.

10.- CRITERIS PER A LA DETERMINACIÓ DE BAIXA ANORMAL

☒ SI.

Per a tots dos lots.

Es rebutjaran les ofertes admeses inicialment que presentin valors anormals o desproporcionats, entenent els límits per aquesta consideració en el supòsits següents:

- Si es presenta un licitador, quan la baixa oferta per la comissió d'agència sigui inferior al 25%.
- Si es presenten dos licitadors, quan la baixa per la comissió d'agència sigui inferior en més del 20% a la de l'altra oferta.
- Si es presenten tres o més licitadors, quan les ofertes per la comissió d'agència siguin inferiors al 10% de la mitjana aritmètica de les ofertes per la comissió d'agència admeses.

L'aplicació d'aquests percentatges es realitzarà sobre el percentatge de la comissió d'agència.

11. GARANTIA DEFINITIVA

☒ SI Fórmula habitual.

12.- CESSIÓ DEL CONTRACTE

☒ No s'admet per les característiques del contracte.

13.- SUBCONTRACTACIÓ

Àrea d'Alcaldia

Servei de Comunicació

☒ SI. Es podran subcontractar prestacions accessòries,
Tasques crítiques que NO admeten subcontractació: SÍ. Especificar: No es podran subcontractar els treballs relacionats amb les funcions de coordinació. Aquest professional forma el nucli de l'empresa en l'execució del contracte i és el principal responsable d'aquesta, i per tant, és d'obligat compliment que sigui personal adscrit a la plantilla de l'empresa.

14.- ALTRES OBLIGACIONS DEL CONTRACTISTA

☒ SI. Les que figuren a la Cl. 3 del PPT

15.- CONDICIONS ESPECIALS D'EXECUCIÓ DEL CONTRACTE DE CARÀCTER SOCIAL, ÈTIC, MEDIAMBIENTAL O D'ALTRE ORDRE:

☒ SI. :De caràcter ambiental:

1. Qualsevol document associat a l'execució del contracte ha de ser subministrat per mitjans electrònics (com les propostes de plans de mitjans, la declaració responsable d'execució de la totalitat dels treballs d'una determinada campanya, informes d'avaluació dels resultats de campanyes o certificacions de tarifes oficials que se sol·licitin), per tal de fomentar l'estalvi de paper i millorar el medi ambient.
2. Ús de materials sostenibles en campanyes impreses. En cas que s'utilitzi publicitat impresa, tots els suports hauran d'estar fabricats amb paper reciclat (mínim 70%) i amb certificació ambiental FSC, PEFC o equivalent. Així mateix, les tintes emprades hauran de ser ecològiques (a base d'aigua o vegetals).

16.- CONFIDENCIALITAT . PROTECCIÓ DE DADES

☒ SI. El contractista haurà de respectar el caràcter confidencial d'aquella informació a la qual tingui accés en ocasió de l'execució del contracte fins a la seva publicació.

17.- MODIFICACIONS PREVISTES DEL CONTRACTE

☒ SI. Sempre que el seu import individual o acumuladament no excedeixi del 20 per 100 del pressupost estimat de la licitació que l'empresa hagi resultat adjudicatària i en cap cas podran ser preus superiors als que les empresa adjudicatari o el mercat ofereixin per als mateixos serveis.

- La modificació de l'abast d'una campanya per les necessitats del producte o servei a comunicar.
- L'increment del número de campanyes o accions a comunicar per no estar previstes en la planificació inicial.
- L'increment de tasques a realitzar amb motiu de l'assignació i posada en marxa de nous projectes o serveis susceptibles de ser difosos pels canals indicats al plec de prescripcions tècniques.
- L'increment de tasques a realitzar per motius conjunturals que obliguin a un plantejament diferent (pandèmia...)
- Aplicació de mesures d'estabilitat pressupostària.
- Canvi de l'organització del servei.
- Reducció o supressió de l'àmbit competencial municipal.

18.- PREUS CONTRADICTORIS./ REVISIÓ DE PREUS

PREUS CONTRADICTORIS

☒ NO.

REVISIÓ DE PREUS.

☒ NO

19.- ABONAMENTS AL CONTRACTISTA. FORMA DE PAGAMENT

El contractista haurà de lliurar factura electrònica mensual amb els serveis prestats i adjuntar un comprovant en format PDF.

Per a les factures dels serveis relatius a insercions publicitàries, els comprovants inclouran els justificants de l'aparició de la publicitat contractada en els diferents suports i mitjans. Els comprovants sempre hauran de reflectir la data de publicació o inserció. Com a comprovants, les empreses designades aportaran per a cadascun dels mitjans descrits en el punt 3.3 Comprovants dels serveis realitzats, en el Plec de Prescripcions Tècniques.

Les empreses designades hauran de facturar mensualment els serveis prestats. Les factures s'emetraran i s'enviaran a l'Ajuntament de Santa Coloma de Gramenet entre el dia 1 i el dia 10 del mes següent al de l'aparició de la publicitat ordenada en cada suport i mitjà, sempre que es pugui aportar el corresponent comprovant (veure 3.2 del PPT). Si no es pogués aportar el comprovant, la facturació dels serveis es realitzarà el mes següent.

20.- PENALITATS ESPECIFIQUES

☒ No. Les que consten al PCAP

21- RECEPCIÓ I TERMINI GARANTIA

☒ SI. 2 mesos des de la finalització del contracte.

22- SUBROGACIÓ.

☒ No

23.- PLA ANUAL DE CONTRACTACIÓ

Aquesta licitació estava prevista al pla anual corresponent a l'inici previst de licitació:

☒ SI

Àrea d'Alcaldia
Servei de Comunicació

24.- SERVEI GESTOR I TÈCNICS MUNICIPALS RESPONSABLES

	Responsable	Càrrec	e-mail	Ext. Telefònica /mòbil
Del contracte	Carlos Rodríguez Pérez	Director de Comunicació	rodriguezpc@gramenet.cat	3057
De la partida	Ignacio Vicente Torrent	Cap del Servei de Comunicació	vicenteti@gramenet.cat	2617

Signatura electrònica