

INFORME JUSTIFICATIU DE LA NECESSITAT I IDONEÏTAT DEL CONTRACTE

Nom expedient	Contractació de l'assessorament, planificació i inserció de publicitat convencional en els mitjans de comunicació de les campanyes institucionals de l'Empresa Mixta de Serveis Fúnebres Municipals de Tarragona, SA, i organització d'esdeveniments per divulgar el valor social de l'empresa funerària
Nº Expedient	55/2025
Valor estimat del contracte	373.011,72 €
Tipus	Serveis
Procediment	Obert harmonitzat

La present memòria s'emet de conformitat amb l'assenyalat a la Llei 9/2017, de 8 de novembre de contractes del sector públic, pel qual es transposen a l'ordenament jurídic espanyol les directives del Parlament Europeu i del Consell 2014/23/UE i 2014/24/UE, de 26 de febrer de 2014 (en endavant LCSP), per justificar els extrems que s'assenyalen en aquest document, en especial l'elecció del procediment de licitació, els criteris de solvència i els criteris que es consideren per adjudicar el contracte.

1. Objecte del contracte

L'objecte de la present licitació és la contractació de l'assessorament, planificació i inserció de publicitat convencional en els mitjans de comunicació de les campanyes institucionals de l'Empresa Mixta de Serveis Fúnebres Municipals de Tarragona, SA., així com l'organització d'esdeveniments i actes per divulgar el valor social de l'empresa funerària.

- El CPV es 79341000-6 – Serveis de publicitat.

2. Motivació de la necessitat del contracte

La necessitat a satisfer amb aquest contracte és disposar d'un servei de comunicació integral, que vagi des de l'organització d'esdeveniments per difondre la imatge positiva de l'empresa com la planificació, negociació i inserció de publicitat institucional en els mitjans de comunicació per a du a terme campanyes de comunicació per informar a la ciutadania sobre els serveis, les infraestructures i els actes que realitza EMSERFUMT.

El departament de premsa d'EMSERFUMT du a terme campanyes de comunicació per informar, a la ciutadania sobre els serveis que ofereix el Tanatori Municipal així com per promocionar els actes o jornades que es realitzen en el marc de la seva activitat.

Per aquesta raó es imprescindible disposar d'un proveïdor que aporti l'assessorament en termes de planificació de mitjans, la gestió de les insercions publicitàries i el seguiment de les campanyes, així com tenir experiència, personal i mitjans per a l'organització d'esdeveniments que es programin.

En aquesta contractació els esdeveniments que s'han d'organitzar són l'esdeveniment del dol perinatal i l'acte de tots sants.

Es considera, per tant, que, segons prescriu l'article 116.4.e) hi ha una clara i proporcional vinculació entre l'objecte del contracte i la necessitat satisfeta amb el contracte.

La contractació d'aquests serveis es justifica per la necessitat de garantir una execució professional, eficient i sistematitzada de les accions comunicatives, assegurant així la difusió d'informació i el correcte seguiment de la percepció d'EMSERFUMT en els mitjans de comunicació.

3. Insuficiència de mitjans

EMSERFUMT no disposa actualment dels recursos humans, tècnics ni materials necessaris per dur a terme internament els serveis inclosos en aquest contracte. Es tracta de tasques que

requereixen un alt nivell d'especialització i l'ús d'eines i infraestructures avançades que no formen part dels mitjans propis d'EMSERFUMT.

Els serveis a prestar —com ara la gestió de la publicitat institucional, planificació, assessorament i negociació de la inserció de publicitat en premsa— demanen perfils professionals molt específics, formats en comunicació institucional, disseny gràfic, redacció de continguts i anàlisi mediàtica. Aquest tipus de competències no corresponen a les funcions habituals del personal d'EMSERFUMT.

A més, la correcta execució d'aquestes tasques exigeix l'ús de programes i eines professionals, com ara suites de disseny. La manca d'aquestes infraestructures dins d'EMSERFUMT suposaria un impediment per garantir un servei eficient i de qualitat.

D'altra banda, el nivell d'exigència tècnica i organitzativa d'aquests serveis supera la capacitat operativa dels mitjans propis. La gestió de la publicitat institucional, per exemple, implica la interlocució amb mitjans de comunicació, la planificació de campanyes i el compliment de normatives específiques en matèria de propietat intel·lectual o protecció de dades.

Finalment, fins i tot si s'optés per formar el personal o adquirir els recursos necessaris, això comportaria un cost d'oportunitat molt elevat i desviaria esforços d'altres àrees essencials d'EMSERFUMT. En canvi, la contractació externa permet garantir uns serveis professionals, eficients i ajustats als requeriments tècnics sense incrementar despeses ni comprometre altres funcions municipals.

En conclusió, l'externalització d'aquests serveis no només és justificable, sinó també la via més raonable per assegurar-ne una execució òptima i econòmicament sostenible.

4. Existència de lots

L'article 99.3 de la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de Contractes del Sector Público (LCSP) estableix que, «sempre que la naturalesa o l'objecte del contracte ho permetin, s'ha de preveure la realització independent de cada una de les seves parts mitjançant la divisió en lots». No obstant això, regula que l'òrgan de contractació podrà no dividir en lots quan existeixin motius vàlids, els quals han de ser "justificats degudament en l'expedient".

la naturalesa integrada del servei exigeix una visió coordinada d'estratègia comunicativa, disseny gràfic, continguts i distribució, que resultaria difícil de garantir si cada lot fos adjudicat a diferents empreses. La necessitat de garantir una coherència de marca, fluxos de treball comuns, responsabilitat única de prestació, i cohesió en l'enfocament fa que la realització independent de les diferents parts representi un risc tècnic i organitzatiu important.

Per aquestes raons, es considera motivadament que en aquest cas concret no procedeix la divisió en lots, i que la contractació d'un únic adjudicatari que assumeixi el servei global resulta la fórmula més raonable, eficient i ajustada a l'interès públic. Aquesta decisió queda degudament registrada i motivada en l'expedient de contractació, com exigeix l'article 99.3 de la LCSP.

Aquesta estructura garanteix una adequada coordinació del servei, un responsable únic de resultat i evita la fragmentació de la prestació que podria afectar negativament la qualitat i el cost.

5. Dades econòmiques del contracte

5.1. Pressupost de licitació

D'acord amb la previsió de l'article 100 LCSP, el pressupost base de licitació per un període inicial de dos anys és de 300.896,12 € euros, **IVA inclòs**, amb el desglossament:

- 248.674,48 euros, **pressupost net**.
- 52.221,64 euros en concepte d'impost sobre el Valor afegit (IVA) al tipus del 21 %.

Aquest pressupost es desglossa en:

- 118.137,24 € anuals en concepte de l'assessorament, planificació, negociació i inserció de publicitat convencional en els mitjans de comunicació de les campanyes institucionals.
- 5.000,00 € anuals en concepte d'organització de dos actes i esdeveniments.
- 1.200,00 € anuals en concepte de disseny gràfic i publicitat.

Concepte	Preu hora	Unitats anuals	Total
Disseny gràfic	(60€/h)	20 hores)	1.200,00 €

Aquest pressupostar és estimat, s'ha calculat a partir d'una estimació de les necessitats del tanatori, basant-se en la despesa executada en els últims anys a l'empara de l'article 102 LCSP.

El sistema per a la determinació del preu del contracte és:

- Publicitat en mitjans de comunicació: tarifa acordat entre EMSERFUMT i els mitjans de comunicació, més un marge per a la gestió d'aquesta publicitat.
- Actes i esdeveniments: preu establert a tant alçat.
- Servei de disseny gràfic: preus unitaris basats en una previsió d'hores anuals.

El desgloss de costos directes i indirectes, en base al sector d'activitat <<CNAE Publicidad M731>>, s'ha obtingut a partir de la font <<Base de datos RSE (ratios sectoriales de sociedades no financieras). Banco de España (Central de Balances) / Registros de España (Registros Mercantiles-CPE) / Comité Europeo de Centrales de Balances>>. El desgloss del pressupost base de licitació és el següent:

(b) Total coste de ventas (MOD + MAT + GGF) = (b1) + (b2) + (b3) + (b4);		66,17%
<i>(b1) Coste laboral directo (MOD) = R02 x 0,8</i>		21,26%
<i>(b2) Coste de materiales (MAT) = R2 x 0,8 x 0,16</i>	16,0%	3,40%
<i>(b3) Otros gastos de explotación (excepto amortizaciones) = R14</i>		5,01%
<i>(b4) amortizaciones = [(a) - R01] - (b1) - (b2)</i>		36,50%
<i>GGF = (b3) + (b4)</i>		41,51%
(c) gastos generales de estructura = (a) - (b) - (f) - (d)		27,17%
(f) coste financiero FCCoM = (f1) + (f2) calculado sobre Interés Legal	3%	0,46%
(d) R03 Resultado explotación (o beneficio industrial)		6,20%

Pressupost base de licitació anual	%	Import (sense IVA)
Costos directes (ma d'obra directa, materials, etc...)	66,17%	82.273,95 €
Costos indirectes (despeses generals d'estructura)	27,63%	34.354,38 €
Benefici industrial	6,20%	7.708,91 €

El contracte s'executarà en funció de les necessitats reals del tanatori, per aquesta raó no resta obligat a exhaurir el pressupost.

5.2 Valor estimat

El valor estimat del contracte ascendeix a la quantitat de 373.011,72 €, IVA exclòs. Aquest import ve determinat, segons estableix l'article 101 de la LCSP, per l'import total (IVA exclòs), tenint en compte qualsevol forma d'opció eventual, les eventuais pròrrogues del contracte i la totalitat de les modificacions previstes en aquest plec, al seu cas.

Descripció	Valor estimat del contracte (IVA exclòs)
Pressupost base de licitació (dos anualitats)	248.674,48 €
Una eventuais prorrogua anual	124.337,24 €
Modificació	-
Total	373.011,72 €

5.3 Revisió de preus

No es preveu.

6. Termini d'execució, durada i pròrrogues

Termini de durada del contracte: La durada d'aquest contracte serà de dos (2) anys a comptar a des de l'endemà de la formalització del contracte.

Possibilitat de pròrroga i termini: El contracte serà prorrogable de forma expressa anualment fins a un màxim d'un (1) any més, i serà obligatòria per l'empresari, sempre que el seu preavís es produeixi almenys amb dos mesos d'antelació a la finalització del termini de duració del contracte, d'acord amb el que disposa l'article 29 de la LCSP.

7. Tramitació de l'expedient i procediment d'adjudicació

Forma de tramitació: Ordinària i anticipada.

Procediment d'adjudicació: mitjançant procediment obert harmonitzat d'acord amb els articles 22 i 156 a 158 de la LCSP.

Presentació d'ofertes mitjançant eina de Sobre Digital: Si

Termini de presentació de proposicions: Degut a que es tracta d'un contracte harmonitzat, el termini per presentar ofertes és de 30 dies mínims naturals.

8. Criteris de solvència econòmica i financera, i tècnica o professional

Els licitadors hauran de reunir els requisits mínims que s'indiquen a continuació:

8.1 Solvència econòmica i financera

Criteri mínim: D'acord amb l'article 87.1.a) LCSP, el volum anual de negocis referit al millor dels tres últims exercicis a la data de presentació de les proposicions. En el cas de què la data de constitució de l'empresa o d'inici d'activitat sigui inferior a un any comptat des de la data final de presentació de proposicions, el requeriment s'entendrà proporcional al període.

Mínim: El volum anual de negocis del licitador, referit a l'any de major volum de negoci dels tres últims ha de ser per un import igual o superior al d'una vegada i mitja del pressupost anual del contracte. En aquest cas, un import mínim (sense impostos) de 186.505,86 €

Mitjà d'acreditació: S'acreditarà per mitjà dels seus comptes anuals aprovats i dipositats en el Registre Mercantil, si l'empresari estigués inscrit en el registre, i en cas contrari per les dipositades en el registre oficial en què hagi d'estar inscrit. Els empresaris individuals no inscrits en el Registre Mercantil hauran d'acreditar el seu volum anual de negocis mitjançant els seus llibres d'inventaris i comptes anuals legalitzats en el Registre Mercantil.

Justificació: Amb l'aplicació d'aquest criteri es pretén comprovar que l'empresa adjudicatària té la solvència econòmica suficient per respondre de les prestacions objecte del contracte.

8.2 Solvència professional o tècnica

Els criteris mínims de solvència tècnica o professional són els següents:

1. Criteri mínim: Relació dels principals serveis realitzats de similars naturalesa als que constitueix l'objecte del contracte, en curs de, com a màxims, els tres últims anys, en els que s'indiqui l'import, la data i el destinatari, públic o privat d'aquests. Els empresaris hauran d'acreditar haver executat, durant l'any de major del període indicat, igual o superior al 70% de l'anualitat. En aquest cas, un import mínim de 87.036,07 €

Mitjans d'acreditació S'acreditaran mitjançant certificats expedits o visats per l'òrgan competent, quan el destinatari sigui una entitat del sector públic; quan el destinatari sigui un subjecte privat, mitjançant un certificat expedient per aquest o, mancant aquest certificat, mitjançant una declaració de l'empresari acompanyat dels documents que es troben en el seu poder que acreditin la realització de la prestació.

Als efectes de determinar la correspondència entre els treballs acreditats i els que constitueixen l'objecte del contracte s'atendrà als tres primers dígits del CPV.

Justificació: Amb l'aplicació d'aquest criteri es pretén comprovar que l'empresa adjudicatària reuneix la capacitat tècnica i experiència necessària per a dur a terme els treballs objecte del contracte.

Declaració sobre l'equip professional destinat al servei

Addicionalment a la solvència indicada als punts anteriors, s'exigeix l'adscripció a la execució del contracte els següents mitjans:

- Equip mínim:
 - o Dos professionals que acreditin el grau de periodisme o publicitat i relacions públiques o equivalent.
 - o Dos professionals dissenyadors gràfics amb titulació oficial.

El representant de l'empresa aportarà aquest equip i serà l'interlocutor directe amb el Departament de Comunicació d'EMSERFUMT i coordinarà altres eventuais professionals de l'empresa adjudicatària.

L'experiència s'haurà d'acreditar mitjançant una declaració responsable i el *currículum vitae* dels professionals designats. Es detallaran les titulacions acadèmiques, el càrrec que desenvolupa actualment, els anys d'experiència, la/es empresa/es on ha treballat i els clients més rellevants pels que ha treballat o treballa.

Justificació: Per garantir que el servei s'executi amb les competències professionals necessàries, és imprescindible que l'empresa adjudicatària disposi d'un equip mínim format per perfils qualificats i amb experiència demostrable. La presència de professionals titulats en Periodisme, Publicitat i Relacions Públiques assegura la capacitat per elaborar continguts rigorosos, gestionar relacions amb els mitjans i desenvolupar estratègies comunicatives efectives. Igualment, la incorporació de dissenyadors gràfics titulats garanteix la qualitat tècnica i creativa del material visual que s'ha de produir.

8.3 Classificació empresarial i habilitació empresarial o professional

Tot i que la classificació empresarial no és obligatòria per aquesta licitació, això no obsta a que si el licitador/a disposa de la classificació que a continuació es referencia, podrà acreditar a solvència econòmica i financera i tècnica o professional mínima requerida als apartats anteriors, alternativament, amb la classificació empresarial en el grup, subgrup i categoria següent:

Grup	Subgrup	Categoria
T	1	1

9. Garantia

9.1 Garantia provisional

No es preveu.

9.2 Garantia definitiva

Atès que el preu del contracte es formula en funció de preus unitaris, l'import de la garantia definitiva serà del 5% del pressupost base de licitació anual, IVA exclòs, és a dir, de 6.216,86 €

10. Criteris d'adjudicació

10.1 Resum criteris

Criteris objectius avaluables de forma automàtica	60
Criteris que depenen de judici de valor	40
TOTAL	100

10.2 Criteris objectius avaluables de forma automàtica (60 punts)

10.2.1 Proposta econòmica: 60 punts

Les empreses hauran de presentar la seva oferta fent ús de l'Annex del plec de clàusules administratives – Model d'oferta econòmica.

En el model d'oferta econòmica es demana:

1. Import de gestió: És el marge o cost de servei que l'empresa aplica per coordinar, tramitar i gestionar tota la publicitat, basant-se en l'import acordat amb cada mitjà que ha negociat prèviament EMSERFUMT.

EMSERFUMT té preus acordats amb cada mitjà. Els licitadors hauran d'aplicar un percentatge sobre aquest import en concepte de gestió, assessorament, planificació i inserció de publicitat. Aquest percentatge no podrà ser superar el 20% per mitjà.

2. Preu per l'organització d'actes: Els licitadors indicaran en la seva oferta el preu màxim per l'organització de dos actes. El preu màxim a oferir per dos actes és de 5.000,00 €.
3. Preu disseny gràfic: Els licitadors han d'oferir un preu hora. El preu màxim hora es de 60€ /hora

Les caselles habilitades per ofertes que no continguin cap oferta (buides) seran motiu d'exclusió.

Durant la vigència del contracte l'empresa adjudicatària no podrà presentar propostes amb preus/percentatges superiors als oferts en aquest procediment.

A l'hora de fer la valoració econòmica, per a cada casella s'aplicaran les fórmules que tot seguit es detallen, de manera que l'empresa que ofereixi el percentatge/preu més baix en una casella rebrà la totalitat de punts possibles i la resta d'empreses obtindran els punts proporcionals resultants d'aplicar les fórmules:

En relació a la valoració del percentatge ofert per cada mitjà:

$$P = \frac{\text{Puntuació Màxima} \times (1 - \text{Percentatge Més Baix})}{(1 - \text{Percentatge Que Es Puntua})}$$

En relació al preu per l'organització dels dos esdeveniments i del preu del servei de disseny gràfic s'aplicarà la següent fórmula:

$$P_v = \left[1 - \left(\frac{O_v - O_m}{IL} \right) \right] \times P$$

On:

P_v= Puntuació de l'oferta a valorar
P: punts criteri
O_m= Oferta Millor
O_v= Oferta a valorar
IL: Import de licitació

Les caselles són independents i la puntuació total serà la suma de les puntuacions atorgades per cadascuna de les caselles del Model d'oferta econòmica.

Detall dels punts atorgables per cada mitjà / suport i especificacions:

1. Mitjà imprès

Es demana un percentatge sobre els preus acordats a les tarifes vigents durant la durada del contracte.

El percentatge s'aplica sobre la tarifa vigent, sobre tots els formats, dies de la setmana, període o edicions.

MITJÀ IMPRÈS	PUNTS
Diari Tarragona	9
Més Tarragona	9
TOTAL	18

2. Mitjans digitals

Es demana un percentatge sobre els preus acordats a les tarifes vigents durant la durada del contracte per qualsevol format.

MITJÀ DIGITAL	PUNTS
Tarragona Digital (tarragonadigital.com)	3
Tarragona 21 (tarragona21.cat)	3
La Ciutat (la ciutat.cat)	3
Infocamp (infocamp.cat)	3
Altres mitjans digitals	3
TOTAL	15

3. Mitjans radiofònic i televisius

Es demana un percentatge sobre els preus acordats a les tarifes vigents durant la durada del contracte.

MITJÀ RADIOFÒNIC	PUNTS
Radio ciutat	3
Tarragona Ràdio	3
TOTAL	6

MITJÀ TELEVISIUS	PUNTS
Tac12	4
TOTAL	4

4. Preu per organització esdeveniment (12 punts)

Els licitadors hauran d'indicar el preu màxim per l'organització de dos esdeveniments anuals que determini EMSERFUMT.

L'adjudicatari ha de poder aportar els següents elements, així com s'ha de poder encarregar del seu muntatge i desmuntatge en dies festius. L'adjudicatari valorarà la instal·lació d'un esdeveniment tipus que contingui els treballs a sota especificats. No obstant, en el moment de la realització es podrà variar el format de l'acte i, en conseqüència, el llistat dels elements necessaris.

- Estructura truss amb tela impresa per a fons d'escenari a 4 tintes i 1 cara. Format 440 x 205 cm acabada amb traus perimetrals.
- 2 Carpes per a la realització d'esdeveniments a l'exterior de més de 3x3 metres
- Lloguer, muntatge i recollida de 40 cadires.
- Equip de so de 2 punts d'altaveu, EQ, rac d'amplificació, microfonia per a parlaments, ambiental i musical. Cal incloure transport, muntatge, recollida i servei tècnic durant l'acte.
- Moqueta per a escenari en format 400 x 400 cm.
- Reportatge fotogràfic d'alta qualitat per publicar als mitjans de comunicació i xarxes socials i amb els drets de reproducció.

- Coordinació de l'esdeveniment.
- Lloguer, muntatge i recollida de 3 taules de treball.
- Lloguer, muntatge i recollida d'un generador de llum.
- 1 plafó amb suport per penjar cartolines amb missatges de les famílies.
- Disseny i impressió de targetes per escriure missatges.
- Disseny del cartell de l'acte.
- Disseny dels anuncis de l'acte.
- Muntatge i desmuntatge de tots els elements de l'acte.

Serà causa d'exclusió oferir un preu superior a 5.000,00€.

5. Preu per servei de disseny gràfic (5 punts)

Els licitadors hauran d'indicar el preu màxim per a la realització dels serveis de disseny gràfic següents. L'adjudicatari haurà d'entregar tots els treballs finalitzats en els formats requerits per a impressió i per a mitjans digitals. El contingut concret podrà variar segons les necessitats, en tot cas, inclourà les característiques previstes al PPT.

Serà causa d'exclusió oferir un preu superior a 60€/hora.

10.3 Criteris que depenen de judici de valor (40 punts)

10.3.1 Memòria tècnica basada en una proposta d'estratègia i planificació de mitjans d'acord amb l'annex 1

Les empreses hauran de justificar totes les decisions quant als mitjans i suports de la seva proposta, la distribució del pressupost, la distribució de la campanya en el calendari i la selecció de formats, fent serveis les fonts del mercat publicitari o els estudis que tinguin al seu abast. L'arxiu amb la documentació de la memòria tècnica haurà de ser en PDF indexat.

Els criteris per avaluar la memòria tècnica són els següents:

a) Coherència estratègica

Es valorarà que hi hagi una coherència des de l'inici fins al final de la proposta en cadascuna de les parts de l'estratègia. Que en tot moment es treballi pels objectius marcats en el brífing lliurat i estant d'acord amb les anàlisis prèvies que es facin. Que la presentació sigui clara i entenedora.

b) Coherència tècnica

Es valorarà que la planificació presentada tingui en compte tots els aspectes del brífing en les seves recomanacions, buscant en tot moment l'assoliment dels objectius de mitjans, alineats amb la consecució dels objectius de campanya. Es valorarà la coherència tècnica en el sentit que cadascuna de les recomanacions tàctiques estiguin treballant pels objectius definits, en línia amb l'estratègia.

Es valorarà que la proposta compti amb els suports locals adients. Es valorarà la demostració del coneixement d'aquests mitjans de proximitat integrant-los en la planificació proposada.

Per últim també es valorarà que els diferents aspectes de la planificació estiguin argumentats amb una justificació de les decisions tàctiques amb xifres d'audiència, d'afinitat i de notorietat.

c) Capacitat analítica

Es valorarà l'aportació de les anàlisis adients per fer la millor recomanació i que s'incorporin les dades d'avaluació estimades de la campanya proposada per tal d'entendre el seu abastament.

Graus de compliment en la valoració dels criteris subjectius:

- Excel·lent (100% de la puntuació del criteri): es considerarà excel·lent quan el contingut de la memòria tècnica sigui totalment satisfactòria i de rellevància per a compliment del brífing i no tingui cap aspecte que no s'adeqüi.
- Notable (75% de la puntuació del criteri): es considerarà notable quan el contingut de la memòria tècnica sigui satisfactòria i de rellevància per a compliment del brífing però tingui algun aspecte que no s'adeqüi al 100%.
- Correcte (50% de la puntuació del criteri): tindrà una consideració de correcte quan el contingut de la memòria tècnica no sigui satisfactòria al 100% però encara així sigui en la seva majoritàriament satisfactori.
- Suficient (25 % de la puntuació): es considerarà suficient quan el contingut de la memòria tècnica no sigui satisfactòria en la seva majoria o quan hi hagi algun error significatiu.
- Insuficient (0 punts): Es considerarà insuficient aquella memòria que no aportï res satisfactori.

10.4 Justificació dels criteris

Es creu oportú valorar, a més del preu/ percentatge oferts pels mitjans, preu per la realització d'esdeveniments i el preu pel disseny gràfic, l'elaboració d'una Memòria tècnica basada en una proposta d'estratègia i planificació de mitjans. A partir d'aquesta es podrà valorar la capacitat tècnica de l'empresa. A més aquest criteri d'adjudicació es troba vinculat amb l'objecte del contracte.

11. Variants

No es preveuen.

12. Modificacions

No es preveuen.

13. Termini de garantia

Dos mesos des de l'acte formal de recepció del servei.

14. Tractament de dades

No.

15. Responsable del contracte

Es designa com a Responsable del contracte Núria Bea, responsable de comunicació d'EMSERFUMT.

16. Petició d'inici d'expedient

Es sol·licita que s'iniciïn els tràmits oportuns per tal d'iniciar la contractació descrita, de conformitat amb la legislació aplicable en matèria de contractes del sector públic.

Tarragona, a data a de la signatura electrònica

Núria Bea
Cap de premsa EMSERFUMT

ANNEX 1

BRIEFING PER L'EXERCICI PRÀCTIC D'ESTRATÈGIA I PLANIFICACIÓ DE MITJANS

1. **Campanya institucional** per comunicar la reforma i actualització de les instal·lacions del tanatori municipal.

2. **Antecedents:**

El Tanatori de Tarragona està immers en una reforma constructiva orientada a millorar el servei que presta als ciutadans, així com els espais de treball del personal.

Aquest equipament s'ampliarà amb un edifici annex que comunicarà amb l'actual, en el que s'instal·larà un segon forn crematori per agilitzar més el procés de les incineracions. En el nou espai s'habilitarà una sala per fer cerimònies íntimes. La reforma també contempla l'habilitació d'un espai d'atenció a les famílies més gran i agradable per poder fer les tramitacions només arribar. La cafeteria es traslladarà a la planta baixa i es transformarà en un restaurant per donar un millor servei a les famílies i persones que vagin al tanatori municipal.

El cost de les millores en conjunt és d'uns 3 milions d'euros i les obres de la fase 1 ja estan en execució i esta previst que finalitzin a meitats del 2026.

En la fase 1 està aprovat el projecte d'instal·lació d'una planta fotovoltaica per autoconsum. També es reformarà el magatzem, les cotxeres, la sala de cerimònies.

La fase 2 consistirà en la construcció d'un segon edifici, on s'ubicarà el nou forn crematori i una sala de cerimònies. Aquesta fase s'iniciarà un cop finalitzada la fase 2.

3. **Objectius comunicatius de la campanya:**

- Donar a conèixer les millores a les que està immers el Tanatori Municipal per l'actualització de les seves instal·lacions amb l'objectiu de prestar un millor servei a la ciutadania.

4. **Objectius de mitjans:**

- Donar a conèixer les obres de remodelació de les instal·lacions.
- Incidir en el fet que el Tanatori Municipal és una instal·lació pública al servei del ciutadà.
- Arribar amb la informació de les noves instal·lacions i nous serveis als ciutadans a través dels mitjans de comunicació.

5. **Exercici**

Sol·licitem una estratègia i planificació de mitjans per arribar als objectius esmentats. Cal incloure la selecció de mitjans, el calendari i el pla de comunicació i de mitjans amb detall i la justificació.

6. **Públic objectiu**

La població de la demarcació de Tarragona, fent especial incidència a la ciutat de Tarragona.

7. **Mitjans i suports**

Qualsevol mitjà de comunicació de l'àmbit de Tarragona ciutat és susceptible de ser utilitzat, fent especial incidència amb les mitjans que l'empresa EMSERFUMT té conveni publicitari.

8. Creativitats i formats

Els formats que siguin més adients pel que fa a la recomanació de mitjans, per tant, esperem proposta de formats i es valorarà la qualitat de les creativitats.

9. Límit de referència per al disseny de la campanya

A efectes exclusivament valoratius de la memòria tècnica, les empreses licitadores hauran de formular la proposta de campanya institucional atenent un pressupost aproximat de 15.000,00 €, indicant la planificació i gestió dels recursos per assolir els objectius comunicatius previstos.

Aquest import té caràcter merament orientatiu i s'estableix únicament per homogeneïtzar els criteris de valoració de les propostes tècniques. En cap cas constitueix una referència per a la confecció de l'oferta econòmica, ni condiciona el pressupost d'execució del contracte, ni genera dret o expectativa alguna en relació amb el finançament de les actuacions proposades.

L'objectiu d'aquest límit de referència és garantir que totes les empreses presentin propostes comparables, objectives i ajustades, evitant diferències extremes entre campanyes massa elevades o massa reduïdes i facilitant la valoració de la capacitat de gestió de cada licitador.

10. Dades d'abastament

Serà necessari justificar les recomanacions i detallar les dades d'abastament de la campanya, sigui amb les fonts del mercat o sigui a través d'estimacions dels mateixos suports o pròpies.