



**COMANDA DE SERVEIS D'INSERCIÓ DE PUBLICITAT INSTITUCIONAL EN
MITJANS DE COMUNICACIÓ**

Acord marc origen: PR-2025-556 Acord marc serveis de gestió i inserció de publicitat institucional en els mitjans de comunicació
Procediment: basat per concreció de condicions. Aquesta licitació serà electrònica i es tramitarà mitjançant l'eina de presentació d'ofertes telemàtiques
Número d'expedient: ACT-2026-21
Objecte: L'objecte d'aquest contracte és el servei d'inserció de publicitat institucional als mitjans de comunicació per a la difusió de de publicacions amb publicitat de pagament als canals propis de l'ACT gestionats des de Barcelona.
Termini d'execució: la prestació dels serveis objecte d'aquesta contractació s'haurà de realitzar des de la data de la notificació de la seva adjudicació fins al 31/12/2026.

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

Bríefing de mitjans pel servei d'inserció de publicitat institucional als mitjans de comunicació per a la difusió d'una campanya de publicitat institucional als mitjans de comunicació per a la difusió de publicacions amb publicitat de pagament als canals propis de l'ACT gestionats des de Barcelona.

1. Missatges i objectiu de la inserció als mitjans

El missatge de la campanya és promocionar Catalunya com a destinació turística.

L'objectiu és captar i consolidar el volum de seguidors, fidelitzar als seguidors a través de continguts de qualitat que aconseguixin un bon reach, generar engagement a les diferents publicacions i fer campanyes específiques, a segments concrets a través dels seus canals propis.

Per difondre aquesta informació es preveu la inserció d'anuncis a xarxes socials.

L'empresa guanyadora es comprometrà a realitzar reunions periòdiques on es determinaran KPIs per tal de monitoritzar l'assoliment dels objectius marcats a principis d'any referents a aquesta licitació. Aquestes reunions es faran de manera mensual i es revisarà l'estat dels següents KPIs

- impressions
- reaccions (engagement)
- interaccions
- visualitzacions
- cost ThruPlays
- VTR
- clics
- CTR
- leads
- cost per lead
- escoltes
- usuaris únics
- % rebot
- temps estada als enllaços patrocinats
- sessions

Els serveis designats per l'Acord Marc, als quals es compromet la central de mitjans adjudicatària, són:

A) Servei de negociació ☒

Negociació dels espais publicitaris proposats en l'estratègia o d'insercions puntuals sense planificació, fent ús dels coneixements del mercat i de l'experiència optimitzant campanyes.

En qualsevol cas, les empreses adjudicatàries hauran d'aplicar com a mínim els descomptes i com a màxim els preus de l'oferta econòmica presentada i garantida amb declaració responsable conforme les condicions econòmiques ofertes han estat confirmades amb els suports i exclusivistes per l'anunciant Generalitat de Catalunya.



B) Espais planificats ☒

Servei de contractació dels espais planificats, prèvia aprovació de la Direcció General de Difusió.

C) Servei d'informació i enviament de materials ☒

Servei d'informació de les especificacions tècniques i terminis de lliurament de cadascun dels formats de la planificació aprovada i enviament dels materials a publicar a tots els mitjans i suports de campanya.

D) Control i seguiment de la campanya ☒

Servei de control i seguiment de la campanya contractada un cop iniciada per tal d'assolir els objectius marcats, verificar que tot és correcte o poder reportar i reconduir-la si es detecten desviacions. Depenent de la naturalesa de la campanya, quan es requereixi, caldrà fer seguiments i informes més freqüents a fi de controlar els resultats en tot moment.

Es requerirà control d'impressions, clics, visionats, o interaccions com visites a la pàgina d'aterratge, seguidors, m'agrada o qualsevol altra mètrica pròpia dels mitjans digitals que sigui rellevant per la campanya.

E) Servei de tancament de campanya ☒

Aquest servei de tancament de campanya es materialitzarà en un informe que s'haurà de lliurar en un termini màxim d'un mes des de la finalització de la campanya. Es farà un tancament de campanya comparatiu entre la proposta adjudicada i el pla executat, amb el detall dels eventuais canvis, degudament motivats, aportant conclusions que ajudin a millorar futures campanyes. Es detallaran les cobertures, les cobertures efectives (amb la freqüència que es va estipular en la planificació de mitjans), els GRP's, els impactes, els visionats, etc. Es desglossarà adientment per mitjans, públics, fases, o per la variable que sigui rellevant segons cada campanya.

F) Gestió integral dels mitjans ☒

Es portarà a terme tasques com selecció de perfils a les xarxes socials, gestió d'influenciadors, creació de copys o millores sobre els existents, generació de contingut o producció quan la campanya o acció de comunicació ho requereixi, per tal de garantir la viabilitat de l'execució final. Aquest servei ha d'estar garantit durant tots els mesos de l'any i, si així ho requereix la naturalesa de l'acció, durant els caps de setmana inclosos.

G) Servei de control de la inversió ☒

Caldrà omplir un llistat mensual detallant i desglossant tota la informació referent a cadascuna de les accions cursades (campanyes publicitàries i accions puntuals) durant el mes anterior. La informació serà lliurada durant la primera setmana de cada mes seguint un model d'arxiu Excel facilitat per l'òrgan responsable de la publicitat institucional, per tal de ser tractada i analitzada.



2. Període de les insercions

La inserció es realitzarà des de la data de notificació de la seva adjudicació fins a 31 de desembre de 2026.

La tria definitiva de dates es farà ja dins el marc de les necessitats de comunicació, 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 **57.851,24€**, IVA exclòs (l'import amb l'IVA inclòs és de **70.000 €**).

4. Detall de la inserció/planificació

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

Exp. XX-20XX-XXX					
(NOM empresa)			(NIF empresa)		
PUNTS		SUPORT	MITJÀ	CONCEPTE	PROPOSTA
5	DIGITAL	Plataformes, cercadors i xarxes socials	META	CPM Màxim* (segmentació de 3 nivells*)	
5	DIGITAL	Plataformes, cercadors i xarxes socials	META	CPV Màxim* (segmentació de 3 nivells*)	
5	DIGITAL	Plataformes, cercadors i xarxes socials	META	CPC Màxim* (segmentació de 3 nivells*)	
5	DIGITAL	Plataformes, cercadors i xarxes socials	X	CPM Màxim* (segmentació de 3 nivells*)	
5	DIGITAL	Plataformes, cercadors i xarxes socials	X	CPV Màxim* (segmentació de 3 nivells*)	
5	DIGITAL	Plataformes, cercadors i xarxes socials	X	CPC Màxim* (segmentació de 3 nivells*)	
5	DIGITAL	Plataformes, cercadors i xarxes socials	Tik Tok	CPM Màxim* (segmentació de 3 nivells*)	
5	DIGITAL	Plataformes, cercadors i xarxes socials	Tik Tok	CPV Màxim* (segmentació de 3 nivells*)	
5	DIGITAL	Plataformes, cercadors i xarxes socials	Tik Tok	CPC Màxim* (segmentació de 3 nivells*)	
5	DIGITAL	Plataformes, cercadors i xarxes socials	LinkedIn	CPC Màxim* (segmentació de 3 nivells*)	
5	DIGITAL	Plataformes, cercadors i xarxes socials	Youtube	CPV Màxim* (segmentació de 3 nivells*)	
5	DIGITAL	Plataformes, cercadors i xarxes socials	Youtube	CPM Màxim* (segmentació de 3 nivells*)	
15	DIGITAL	Plataformes, cercadors i xarxes socials	Recàrrec sobre cost de compra en cas d'aplicar segmentació de 4 o més nivells		
15	DIGITAL	Plataformes, cercadors i xarxes socials	Recàrrec sobre cost de compra resultant en cas de segmen. IPs diferents a Catalunya		
2,5	DIGITAL	Costos tecnològics	Display Standard	CPM Màxim*	
2,5	DIGITAL	Costos tecnològics	Vídeo Standard	CPM Màxim*	
2,5	DIGITAL	Costos tecnològics	Display Rich Media	CPM Màxim*	
2,5	DIGITAL	Costos tecnològics	Vídeo 10 mb	CPM Màxim*	

5. Classificació empresarial i solvència econòmica i financera i tècnica requerides

Classificació empresarial:

Classificació segons RD 773/2015
Grup: T
Subgrup: 1
Categoria: Categoria 1 (<150.000€)

La solvència econòmica i financera:

La solvència econòmica i financera que s'exigeix per aquest contracte serà el volum anual de negocis referit al millor exercici dins dels tres últims disponibles en funció de les dates de constitució o d'inici de les activitats de l'empresari i de presentació de les

ofertes per un import igual o superior al pressupost base de licitació establert. Aquesta solvència s'acreditarà mitjançant una declaració responsable.

Aquells licitadors que no hagin acreditat en el procediment per a l'adjudicació de l'Acord marc una solvència igual o superior a la requerida per a participar en la licitació de contracte basat, hauran d'aportar la declaració responsable conforme mantenen les condicions inicials de capacitat i la documentació acreditativa de la solvència requerida en els plecs de clàusules administratives particulars del corresponent contracte basat o de la corresponent concreció de condicions.

Solvència tècnica o professional:

La solvència tècnica o professional que s'exigeix per aquest contracte és la següent:

Declaració responsable que inclogui una relació dels principals serveis o treballs d'igual o similar naturalesa a l'objecte del contracte realitzats en els darrers tres anys, que inclogui per a cada anualitat: import, dates i els destinataris públics o privats com també l'import total executat. L'import anual dels serveis o treballs d'igual o similar naturalesa realitzats durant l'anualitat de major execució del període de tres anys esmentat serà de, com a mínim, el pressupost de licitació, IVA inclòs, d'aquesta contractació.

Aquells licitadors que no hagin acreditat en el procediment per a l'adjudicació de l'Acord marc una solvència igual o superior a la requerida per a participar en la licitació de contracte basat, hauran d'aportar la declaració responsable conforme mantenen les condicions inicials de capacitat i la documentació acreditativa de la solvència requerida en els plecs de clàusules administratives particulars del corresponent contracte basat o de la corresponent concreció de condicions.

6. Termini de presentació de les ofertes

En el termini màxim que s'assenyala en l'anunci de licitació publicat al perfil del contractant de la Plataforma de Serveis de Contractació Pública.

7. Presentació i criteris d'adjudicació

Documentació a presentar:

1. **Una declaració responsable** conforme es mantenen les condicions inicials de capacitat, solvència, representació on declarin també que les condicions econòmiques ofertes, tant siguin preus o costos nets com descomptes, han estat confirmades amb els suports i exclusivistes per a l'anunciant Generalitat de Catalunya en la licitació en qüestió o la classificació empresarial opcional, **annex 1** a la comanda.
2. **L'oferta econòmica.** Segons el model de proposició econòmica **annex 2** a la comanda. (cal adjuntar el model de proposta d'oferta econòmica a la unitat d'Assessoria Jurídica i Contracció per fer-ho arribar a les empreses licitadores).
3. **L'Excel de la proposició econòmica desglossada** omplert i signat. Es tracta de l'oferta detallada de preus unitaris (costos nets i descomptes) i les comissions d'agència a efectes informatius.

Criteris d'adjudicació:

Detall i mètode per valorar els criteris d'adjudicació

Criteris avaluable mitjançant l'aplicació de fórmules:

- a) **El preu o cost net més baix:** menor cost per mil (CPM), menor cost per clic (CPC), menor cost per visualització (CPV), menor C/GRP, etc.), menor preu unitari, entre d'altres. La fórmula per calcular la puntuació és:

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

- b) **El recàrrec.** La fórmula per calcular la puntuació és:

$$P = Puntuació\ màxima * 1 - \left(\frac{Recàrrec\ que\ es\ puntua - Recàrrec\ més\ baix}{Recàrrec\ més\ car - Recàrrec\ més\ baix} \right)$$

La fórmula emprada per a l'import base total, el preu o cost, i per al descompte 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.

La fórmula emprada per a la comissió d'agència o pel recàrrec, atribueix la puntuació més gran a la millor oferta i zero punts a la pitjor oferta, distribuint els punts proporcionalment segons l'oferta de cada empresa. Aquesta fórmula evita que es desvirtui l'ordenació proporcional de les ofertes en cas de rebre ofertes per valor de 0%, fet que amb aquests dos conceptes pot passar.

Aquesta fórmula separa les puntuacions de les fórmules més avantatjoses d'aquelles menys avantatjoses, donat el pes que tenen aquests dos conceptes, comissió d'agència i recàrrec, que s'aplicaran durant tota la durada de l'Acord marc sobre els imports corresponents.

En el cas que es donés un empat entre les ofertes presentades per les empreses licitadores, es requerirà a aquestes 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.

Justificació dels criteris d'adjudicació

Els criteris d'adjudicació seleccionats són els previstos a l'Annex 7 del PCAP de l'Acord Marc de referència.

8. Garanties

Definitiva: 5,00 % del pressupost base de licitació, IVA exclòs



9. Condicions especial d'execució

Les que preveu l'Acord Marc de referència a l'apartat L1 del Quadre de característiques tècniques del plec de clàusules administratives particulars. Concretament, i entre d'altres, les següents:

- L'empresa contractista ha d'adequar la seva activitat als principis ètics i a les regles de conducta que s'estableixen en la clàusula corresponent del Plec de clàusules administratives particulars.
- L'empresa contractista haurà de sotmetre's a la normativa nacional i de la Unió Europea en matèria de protecció de dades, advertint-a més a contractista de que aquesta obligació té el caràcter d'obligació contractual essencial de conformitat amb el que disposa la lletra f) de l'apartat 1 de l'article 211.
- L'empresa contractista haurà de complir, durant l'execució del contracte, per a les noves contractacions, que almenys un 20% d'aquestes han de ser indefinides (Art. 202.2 LCSP), i en especial a col·lectius que requereixen una especial protecció, preferentment a persones aturades de llarga durada, en compliment de l'article 202.2 LCSP i de la Llei 19/2020, del 30 de desembre, d'igualtat de tracte i no-discriminació.
- L'empresa contractista està obligada a complir amb les següents clàusules mediambientals:
 - Reduir les impressions el màxim possible i lliurar tots els documents generats preferentment en format electrònic. Quan sigui necessari imprimir, utilitzar preferentment paper 100% reciclat i fabricat amb un procés lliure de clor, fer les impressions a doble cara i en blanc i negre.
 - Separar i gestionar correctament les diferents fraccions de residus generats i implementar mesures d'estalvi d'aigua i energia a l'oficina.
 - Realitzar els desplaçaments imprescindibles per l'execució del contracte, prioritàriament en transport públic o amb vehicles de baixes emissions: elèctrics, híbrids o de gas (bifuel de gasolina).

Lidia Corredera García
Tècnica de Transformació del Màrqueting.