INFORME TÈCNIC D'AVALUACIÓ DE LA PROPOSTA AVALUABLE MITJANÇANT L'APLICACIÓ DE CRITERIS QUANTIFICABLES MITJANÇANT FORMULES AUTOMÀTIQUES, QUE REGEIXEN LA CONTRACTACIÓ DELS SERVEIS D'ASSESSORAMENT ESTRATÈGIC, PLANIFICACIÓ, NEGOCIACIÓ, CONTRACTACIÓ I GESTIÓ D'ESPAIS PUBLICITARIS EN TOTS ELS MITJANS I SUPORTS, I SECUNDÀRIAMENT, ELS SERVEIS D'IDEACIÓ, CREATIVITAT, DISSENY, PRODUCCIÓ I IMPLEMENTACIÓ D'ACCIONS ESPECIALS DE COMUNICACIÓ VINCULADES A LES CAMPANYES DE PUBLICITAT, I DE DESIGNACIÓ DE LES EMPRESES PER A LA UTILITZACIÓ COMUNA I CONTRACTACIÓ CENTRALITZADA PER PART DE L'AJUNTAMENT DE BARCELONA, ELS SEUS ORGANISMES AUTÒNOMS, ENTITATS PÚBLIQUES EMPRESARIALS, SOCIETATS PRIVADES MUNICIPALS I SOCIETATS AMB PARTICIPACIÓ MUNICIPAL MAJORITÀRIA

NÚMERO D'EXPEDIENT ACORD MARC: 001/25001249

NÚMERO D'EXPEDIENT CONTRACTE BASAT: 2026CR0132ACV01

I. Objecte de la prestació

L'objecte del present contracte son els serveis de planificació, negociació, compra i gestió d'espais publicitaris en qualsevol mitjà o suport, així com les accions complementàries vinculades al desenvolupament de les campanyes publicitàries de BSM.

BSM gestiona diversos serveis, equipaments i activitats en els àmbits de la mobilitat, el lleure, la cultura i la sostenibilitat, que requereixen el desenvolupament continuat d'accions comercials i de publicitat per informar la ciutadania, promoure l'ús dels serveis, incrementar la captació d'usuaris i donar suport als objectius comercials i de posicionament dels diferents negocis de la societat. La necessitat concreta deriva de la planificació i execució de les campanyes de comunicació dels àmbits de negoci de BSM durant el període de vigència del present contracte basat. Aquestes campanyes tenen per finalitat informar la ciutadania i les persones usuàries, promoure els serveis gestionats per BSM, reforçar-ne el posicionament i assolir els objectius de cobertura, notorietat, captació, conversió o altres objectius de comunicació que es defineixen en cada campanya.

Per donar resposta a aquestes necessitats, resulta necessari disposar d'un servei especialitzat de planificació, negociació, compra i gestió de mitjans publicitaris, així com d'assessorament, que permeti garantir una correcta difusió de les campanyes previstes, optimitzar la inversió publicitària i assegurar l'assoliment dels objectius de cobertura, notorietat, captació i conversió definits per BSM.

II. Criteris aplicables

Criteri vinculat a l'objecte del contracte avaluables de forma automàtica (fins a 100 punts)

1. Descompte sobre les tarifes dels mitjans (%) (70 punts)

Es valorarà el percentatge de descompte ofert pel licitador sobre les tarifes oficials vigents dels diferents mitjans i suports publicitaris que puguin ser objecte de contractació durant la vigència del contracte.

A aquest efecte, per tal de disposar d'uns preus tarifa de referència, s'annexen els tarifaris comercials dels principals grups de comunicació corresponents a tarifes públiques, lliurement accessibles a través dels seus llocs web o d'altres mitjans públics de difusió, que serviran de base per a la determinació del descompte ofert.

- 3Cat (Televisió, radio i digital): https://tarifes-publicitat.3cat.cat/
- Beteve (Televisió i digital): https://beteve.cat/anunciat/#web
- Prensa Ibérica (Premsa i digital): https://www.prensaiberica360.es/tarifas/tarifas-publicidad/
- La Vanguardia / Godó (Premsa, radio, digital): https://www.godostrategies.com/tarifas/
- Diari Ara (Premsa i digital): https://s1static.ara.cat/images/pagines/tarifes-publicitat-2025.pdf
- Diari Punt Avui (Premsa i digital): https://www.elpuntavui.cat/elements/docs/marqueting/tarifes-publicitat/2026/2026.Tarifes_ELPUNTAVUI…
- Global (Exterior busos) (Pàg. 15): https://global.com/es/wp-content/uploads/2024/09/TARIFAS-GENERICAS-2024.pdf

S'estableix un descompte mínim obligatori del 55% sobre les tarifes oficials dels mitjans. Aquest percentatge s'ha determinat a partir de l'anàlisi de l'històric de planificacions de mitjans per campanyes a diferents unitats de negoci de BSM, en les quals s'ha avaluat el nivell de descompte efectivament aplicat per cada canal i suport. De l'estudi d'aquestes dades se'n desprèn que el 55% constitueix un percentatge de descompte mitjà habitual i assolible en les condicions de mercat actual. Aquest percentatge s'entendrà referit al descompte mitjà global aplicat al conjunt de la planificació de cada campanya, sobre la inversió total executada.

Atès que els percentatges de descompte poden variar segons el mitjà, suport o format contractat, no es valorarà ni s'exigirà un descompte mínim individual per a cadascun d'ells, sinó que es verificarà que el descompte mitjà global resultant de la planificació compleixi, com a mínim, el percentatge ofert pel licitador.

Obtindrà la màxima puntuació l'oferta que presenti el percentatge de descompte més elevat sobre aquest mínim requerit. La resta d'ofertes obtindran una puntuació proporcional d'acord amb la fórmula establerta en aquest plec. En conseqüència, com més elevat sigui el percentatge de descompte ofert, major serà la puntuació obtinguda.

L'adjudicatari haurà d'acreditar en totes les planificacions de mitjans la tarifa oficial vigent del mitjà corresponent i l'aplicació efectiva del descompte ofert en cada cas. La relació de mitjans i suports inclosa en aquest plec té caràcter orientatiu i no limitatiu, i el

descompte ofert serà aplicable a qualsevol altre mitjà o plataforma que pugui incorporar-se durant la vigència del contracte.

Per acreditar aquest criteri, els licitadors hauran de complimentar la taula inclosa a l'Annex 2 del PCP, indicant el percentatge de descompte mitjà global ofert sobre les tarifes oficials dels mitjans.

$$P_i = P_{max} \times \left(\frac{D_i}{D_{max}}\right)$$

On:

- Di = Descompte de l'oferta, en %
- Dmax = Descompte de l'oferta màxima, en %
- Pi = Puntuació final
- Pmax = Puntuació màxima

2. Experiència de l'equip adscrit al contracte (20 punts)

Es valorarà la millora de l'experiència professional mínima requerida de 5 anys de l'equip adscrit a l'execució del contracte pels perfils següents:

Planificador/a de mitjans sènior amb experiència en les seves funcions en empreses del sector de la publicitat i la planificació de mitjans multimèdia. (fins a 10 punts):

- Entre 6 i 7 anys d'experiència: 5 punts.
- Entre 8 i 9 anys d'experiència: 7 punts.
- Més de 9 anys d'experiència: 10 punts.

Planificador/a sènior especialitzat/da en el mitjà internet, noves tecnologies i nous dispositius digitals, amb experiència en les seves funcions en empreses del sector de la publicitat i la planificació de mitjans digitals (fins a 10 punts):

- Entre 6 i 7 anys d'experiència: 5 punts.
- Entre 8 i 9 anys d'experiència: 7 punts.
- Més de 9 anys d'experiència: 10 punts.

Per acreditar aquest criteri, els licitadors hauran d'aportar el currículum vitae i l'enllaç al perfil professional de LinkedIn o equivalent de cadascun dels professionals adscrits al contracte, als efectes de verificar l'experiència professional objecte de valoració.

No s'acumularan puntuacions dins d'un mateix perfil, atorgant-se únicament la corresponent al tram més alt acreditat.

3. **Model d'informe de seguiment i tancament de campanya (10 punts)**

Atesa la necessitat de BSM de disposar d'eines de seguiment, control i avaluació de les campanyes publicitàries executades, es valorarà l'estructura dels informes de seguiment i tancament que el licitador es comprometi a elaborar durant l'execució del contracte.

L'objectiu d'aquest criteri és garantir la disponibilitat d'informació homogènia, estructurada i comparable que permeti a BSM analitzar els resultats de les campanyes, avaluar el retorn de la inversió publicitària, identificar oportunitats de millora i facilitar la presa de decisions en futures planificacions.

La valoració es realitzarà exclusivament sobre la incorporació dels apartats indicats a continuació, sense efectuar cap valoració del contingut concret, qualitat tècnica o resultats dels informes presentats.

Apartats objecte de valoració:

1. Resum executiu.
2. Objectius de campanya.
3. Estratègia de mitjans executada.
4. Planificació executada i comparativa amb la planificació inicial.
5. Distribució de la inversió per mitjà i suport.
6. Resultats d'audiència i cobertura.
7. Resultats digitals i KPIs.
8. Anàlisi de rendiment i eficiència (CPM, CPC, CTR, CPA o equivalents).
9. Conclusions i avaluació de la campanya.
10. Recomanacions per a futures campanyes.

Per acreditar aquest criteri, els licitadors hauran de presentar un model d'informe de seguiment i tancament de campanya corresponent a una campanya real executada per a un anunciant, degudament anonimitzada si escau, pertanyent preferentment a sectors relacionats amb l'activitat de BSM, com ara lleure, cultura, natura, mobilitat o activitats assimilables. Es valorarà el compromís de lliurar un informe de seguiment i tancament adequat als objectius de les campanyes incloses en el contracte basat.

La puntuació s'atorgarà d'acord amb el nombre d'apartats incorporats en el model d'informe presentat:

- De 5 a 7 apartats: 5 punts.
- De 7 a 9 apartats: 7 punts.
- 10 apartats: 10 punts.

L'informe presentat tindrà únicament caràcter acreditatiu als efectes de la valoració d'aquest criteri. No es valorarà el contingut de la campanya ni els resultats obtinguts, sinó exclusivament la inclusió dels apartats indicats anteriorment.

Criteris de desempat: aquells previstos a l'article 147 de la LCSP

III. Anàlisi de les ofertes

1. Descompte sobre les tarifes dels mitjans (%) (70 punts)

Oferta 1: ADSPLANNING

- 93,11% - Total: **70 punts**

Oferta 2: IKI MEDIA

- 65% - Total: **48,87 punts**

Oferta 3: NOTHINGAD

- 62,01% - Total: **46,62 punts**

2. Experiència de l'equip adscrit al contracte (20 punts)

Oferta 1: ADSPLANNING

Planificador/a de mitjans sènior amb experiència en les seves funcions en empreses del sector de la publicitat i la planificació de mitjans multimèdia

De 5 a 7 apartats	
De 7 a 9 apartats	
10 apartats	X
Total punts	**10 punts**

Planificador/a sènior especialitzat/da en el mitjà internet, noves tecnologies i nous dispositius digitals, amb experiència en les seves funcions en empreses del sector de la publicitat i la planificació de mitjans digitals

De 5 a 7 apartats	
De 7 a 9 apartats	
10 apartats	x
Total punts	**10 punts**

El licitador acredita mitjançant els currículums vitae i els perfils professionals aportats que els professionals adscrits al contracte disposen de l'experiència objecte de valoració, d'acord amb els requisits establerts al plec.

Total: 20 punts

Oferta 2: IKI MEDIA

Planificador/a de mitjans sènior amb experiència en les seves funcions en empreses del sector de la publicitat i la planificació de mitjans multimèdia

De 5 a 7 apartats	
De 7 a 9 apartats	
10 apartats	x
Total punts	**10 punts**

Planificador/a sènior especialitzat/da en el mitjà internet, noves tecnologies i nous dispositius digitals, amb experiència en les seves funcions en empreses del sector de la publicitat i la planificació de mitjans digitals

De 5 a 7 apartats	
De 7 a 9 apartats	
10 apartats	x
Total punts	**10 punts**

La documentació presentada permet verificar els anys d'experiència professional acreditats pels perfils de planificació de mitjans i planificació digital adscrits al contracte, motiu pel qual s'atorga la puntuació corresponent.

Total: 20 punts.

Oferta 3: NOTHINGAD

Planificador/a de mitjans sènior amb experiència en les seves funcions en empreses del sector de la publicitat i la planificació de mitjans multimèdia

De 5 a 7 apartats	
De 7 a 9 apartats	
10 apartats	x
Total punts	**10 punts**

Planificador/a sènior especialitzat/da en el mitjà internet, noves tecnologies i nous dispositius digitals, amb experiència en les seves funcions en empreses del sector de la publicitat i la planificació de mitjans digitals

De 5 a 7 apartats	
De 7 a 9 apartats	
10 apartats	x
Total punts	**20 punts**

Revisada la documentació aportada, es constata que els perfils proposats superen l'experiència mínima exigida i acrediten documentalment l'experiència addicional objecte de valoració.

Total: 20 punts

3. **Model d'informe de seguiment i tancament de campanya (10 punts)**

Oferta 1: ADSPLANNING

De 5 a 7 apartats	
De 7 a 9 apartats	
10 apartats	x
Total punts	**10 punts**

La proposta presentada inclou els continguts requerits per al seguiment i tancament de campanyes, d'acord amb l'estructura mínima establerta als plecs.

Total: 10 punts

Oferta 2: IKI MEDIA

De 5 a 7 apartats	
De 7 a 9 apartats	
10 apartats	x
Total punts	**10 punts**

L'informe aportat conté els apartats necessaris per a la valoració del criteri, acreditant el compromís de disposar d'una eina estructurada de seguiment i avaluació de campanyes.

Total: 10 punts

Oferta 3: NOTHINGAD

De 5 a 7 apartats	
De 7 a 9 apartats	
10 apartats	x
Total punts	**10 punts**

La proposta presentada inclou els continguts requerits per al seguiment i tancament de campanyes, d'acord amb l'estructura mínima establerta als plecs.

Total: 10 punts

IV. Resum de puntuacions obtingudes:

CRITERI	ADSPLANNING	IKI MEDIA	NOTHINGAD
Criteri Automàtic 1	70	48,87	46,62
Criteri Automàtic 2	20	20	20
Criteri Automàtic 3	10	10	10
Total	**100**	**78,87**	**76,62**

V. Causes d'exclusió derivades de l'avaluació

Segons s'indica al Plec de clàusules particulars, les propostes d'aquells licitadors que incorrin en algun dels següents supòsits, seran exclosos del present procediment:

- Quan el/s preu/s ofert/s pel/s licitador/s superi/n el/s preu/s màxim/s establert/s.
- Quan l'objecte de la valoració no compleix els requeriments mínims establerts en el Plec de prescripcions tècniques (PPT).
- La inexactitud, la falsedat, incompliment o l'omissió de qualsevol de les dades i manifestacions que s'incorporin a les declaracions responsables.

Tal com s'extreu del present informe, totes les empreses **han complert amb els requisits d'avaluació**, i conseqüentment, passen a la següent fase d'avaluació.

VI. Conclusió

Aquesta és la taula de puntuacions finals tenint en compte els criteris d'avaluació automàtics i els que depenen de judici de valor:

CRITERI	ADSPLANNING	IKI MEDIA	NOTHINGAD
Criteri Automàtic 1	70	48,87	46,62
Criteri Automàtic 2	20	20	20
Criteri Automàtic 3	10	10	10
Total	**100**	**78,87**	**76,62**

Per tot l'exposat, es proposa l'adjudicació a l'Òrgan de Contractació del contracte relatiu als serveis d'assessorament estratègic, planificació, negociació, contractació i gestió d'espais publicitaris en tots els mitjans i suports, i secundàriament, els serveis d'ideació, creativitat, disseny, producció i implementació d'accions especials de comunicació vinculades a les campanyes de publicitat, i de designació de les empreses per a la utilització comuna i contractació centralitzada per part de l'Ajuntament de Barcelona, els seus organismes autònoms, entitats públiques empresarials, societats privades municipals i societats amb participació municipal majoritària a l'empresa **ADSPLANNING** per una duració de **DOTZE (12) MESOS** i per un import de 826.350.-€ (abans IVA) a raó del descompte ofert (93,11%) per atendre els serveis de referència.

Barcelona,

Sra. Lena Mataró Rey
Cap d' Àrea Màrqueting, Marca i Partnerships
Barcelona de Serveis Municipals, S.A.