



Codi de verificació: 09b7e694-0577-45f6-abb2-61c6b54627c2

Per a la verificació del següent codi podrà connectar-se a la següent adreça
<https://egovern.altanet.org/valida/?codigoVerificacion=09b7e694-0577-45f6-abb2-61c6b54627c2>

Diputació Tarragona



GABINET DE PRESIDÈNCIA I PLANIFICACIÓ

Comunicació

MEMÒRIA JUSTIFICATIVA DE LA NECESSITAT DE CONTRACTAR

CONTRACTE DE SERVEIS DE PLANIFICACIÓ, NEGOCIACIÓ I COMPRA D'ESPAIS I INSERCIÓ DE PUBLICITAT I PROMOCIÓ INSTITUCIONAL DE LA DIPUTACIÓ DE TARRAGONA EN ELS MITJANS DE COMUNICACIÓ

Índex de continguts:

- 1.- Objecte del contracte
- 2.- Justificació de la necessitat de contractació
 - 2.1.- Justificació de la necessitat
 - 2.2.- Justificació del procediment
 - 2.3.- Informe d'insuficiència de mitjans
- 3.- Divisió en lots
- 4.- Pressupost
 - 4.1.- Justificació de l'import
 - 4.2.- Finançament del contracte
 - 4.3.- Valor estimat
- 5.- Forma de pagament
 - 5.1.- Facturació
 - 5.2.- Contingut mínim de les factures
 - 5.3.- Justificació
- 6.- Lloc i termini d'execució
 - 6.1.- Lloc d'execució
 - 6.2.- Durada i Termini d'execució
- 7.- Criteris d'adjudicació
 - 7.1.- Judici de valor
 - 7.2.- Automàtics
 - 7.3.- Ofertes anormals o desproporcionades
- 8.- Criteris de solvència
- 9.- Equip mínim
- 10.- Modificacions
- 11.- Subcontractació del contracte
- 12.- Cessió del contracte
- 13.- Responsable del contracte

GABINET DE PRESIDÈNCIA I PLANIFICACIÓ

Comunicació

1.- OBJECTE DEL CONTRACTE

L'objecte d'aquest contracte és la prestació dels serveis de planificació de mitjans, negociació i inserció de publicitat i promoció institucional als mitjans de comunicació, tal com s'especifica en el punt 2.2. del Plec de prescripcions tècniques particulars, així com l'establiment dels preus màxims o descomptes mínims dels suports detallats en el model d'oferta econòmica i la fixació del servei d'agència màxim.

Tractament de dades de caràcter personal (ref. Reglament LOPD 1720/2007):

SÍ ›

NO › X

Nivell de Seguretat _____

2.- JUSTIFICACIÓ DE LA NECESSITAT DE CONTRACTACIÓ

2.1.- Justificació de la necessitat

La Diputació de Tarragona és una administració d'àmbit supramunicipal, de segon nivell, que dona serveis als municipis del Camp de Tarragona, les Terres de l'Ebre i el Baix Penedès perquè aquests puguin millorar la qualitat de vida dels seus ciutadans i ciutadanes. També ofereix serveis directament a la ciutadania, com per exemple a través dels centres d'educació artística, especial i musical que la Diputació gestiona a Reus, Tarragona i Tortosa, el Museu d'Art Modern de Tarragona i diversos espais expositius.

Tota institució té la necessitat de donar a conèixer a la ciutadania totes les seves línies d'actuació. D'aquesta manera es contribueix a construir una imatge d'eficàcia, credibilitat i coherència, segons la llei 18/2000, de 29 de desembre, reguladora de la publicitat institucional. A més, la Llei 19/2014 de transparència, accés a la informació pública i bon govern estableix la necessitat d'apropar l'administració a la ciutadania, a través d'accions que contribueixin a la transparència, l'*egovernment* i el govern obert.

La publicitat és un dels instruments que permeten apropar-nos a la ciutadania. Per aquest motiu, cada any, des de la Unitat de Comunicació es preveuen una sèrie de campanyes publicitàries encaminades a donar a conèixer l'acció de la Diputació de Tarragona al territori, així com els serveis i projectes concrets que tenen una incidència directa en la societat. Cal tenir en compte que poden sorgir noves necessitats i projectes puntuals que cal comunicar igualment, encara que no formin part de la planificació anual.

El sector de la publicitat es caracteritza per un alt grau d'especialització, sobretot en el context actual, marcat per la irrupció i consolidació de les noves tecnologies com a mitjà publicitari de gran rellevància. Les agències de mitjans disposen del coneixement, les eines i la tecnologia necessàries per planificar i negociar amb els suports la inserció de publicitat, segons les necessitats de l'anunciant. A més, les agències de mitjans permeten rendibilitzar el pressupost de què disposem d'una manera més òptima, atès que treballen amb volums més grans que els permeten obtenir preus molt més competitius a l'hora de comprar les insercions planificades segons les necessitats de l'anunciant.

Per acord de la Junta de Govern, de data 29 de desembre de 2017, es va adjudicar el contracte dels serveis de planificació, negociació i compra d'espais i inserció de

2

Diputació Tarragona



Codi de verificació: 09b7e694-0577-45f6-abb2-61c6b54627c2

Per a la verificació del següent codi podrà connectar-se a la següent adreça
<https://egovern.altanet.org/valida/?codigoVerificacion=09b7e694-0577-45f6-abb2-61c6b54627c2>

Signat per: Patricia Maria Fernandez Soto - DNI 39715835X

Càrrec: CAP DE SECCIÓ DE COMUNICACIÓ

Data: 20-09-2019 14:34:04



Codi de verificació: 09b7e694-0577-45f6-abb2-61c6b54627c2

Per a la verificació del següent codi podrà connectar-se a la següent adreça
<https://egovern.altanet.org/valida/?codigoVerificacion=09b7e694-0577-45f6-abb2-61c6b54627c2>



GABINET DE PRESIDÈNCIA I PLANIFICACIÓ

Comunicació

publicitat i promoció institucional de la Diputació de Tarragona en els mitjans de comunicació, a l'empresa CARAT ESPAÑA, SAU (A28343358), per la quantitat total de QUATRE-CENTS MIL EUROS (400.000,00.- €) IVA inclòs. En data 12 de gener de 2020 finalitza la vigència del contracte dels serveis de planificació, negociació i compra d'espais i inserció de publicitat i promoció institucional de la Diputació de Tarragona en els mitjans de comunicació.

La Unitat de Comunicació del Gabinet de Presidència i Planificació considera convenient, per tal de donar continuïtat a aquest servei, iniciar la tramitació del contracte per la prestació dels serveis de planificació de mitjans, negociació i inserció de publicitat i promoció, de la Diputació de Tarragona, en els mitjans de comunicació d'acord amb el present Plec de prescripcions tècniques particulars.

2.2.- Justificació del procediment

Per la naturalesa objecte del contracte aquest es considera de serveis, d'acord a l'establert (art. 17 LCSP), subjecte a regulació harmonitzada (art. 22 LCSP), mitjançant procediment obert amb pluralitat de criteris.

2.3.- Informe d'insuficiència de mitjans

Atès que cada cop el mercat dels mitjans de comunicació és més ampli a causa de la seva constant evolució, i que s'han incrementat el nombre d'accions de publicitat i promoció de les activitats i serveis de la Diputació de Tarragona i dels seus centres i serveis, la Unitat de Comunicació de la Diputació de Tarragona no compta amb els mitjans tècnics ni personals per a portar a terme aquests treballs específics.

3.- DIVISIÓ EN LOTS

No es preveu la divisió en lots del contracte. La divisió en lots podria afectar negativament a l'hora de coordinar i controlar les campanyes planificades en mitjans diferents, així com en la negociació de preus avantatjosos per part de les centrals de mitjans.

4.- PRESSUPOST

Tipus de Pressupost: Màxim de Despesa

PRESSUPOST BASE DE LICITACIÓ		
Pressupost base de licitació: (IVA exclòs)		391.030,25
Import IVA 21%		82.116,35
PRESSUPOST TOTAL		473.146,60

GABINET DE PRESIDÈNCIA I PLANIFICACIÓ

Comunicació

4.1.- Sistema de determinació del pressupost

L'objecte del contracte que ens ocupa és la planificació, negociació i inserció de publicitat als mitjans, per tal d'obtenir els millors preus i per tant, optimitzar al màxim els recursos. L'empresa adjudicatària (agència de mitjans) assoleix descomptes màxims o preus mínims de les insercions i al volum d'espais publicitaris que negocia, que són el resultat de la suma de tots els comptes que gestiona. L'agència treballa a partir del pressupost que el client, en aquest cas la Diputació de Tarragona, fixa per a cada campanya i compra els espais publicitaris més adients i al preu de mercat més competitiu. Per aquest motiu, la fixació del valor d'aquest contracte es basa en la determinació del nombre de campanyes que es preveuen fer anualment, l'import mitjà que s'hi preveu destinar, així com l'increment de les tarifes dels suports i la inclusió d'altres tipus d'accions publicitàries.

L'any 2018 es van dur a terme un total de 48 campanyes i/o onades, amb una despesa mitjana de 6.273,07 euros, que l'agència va distribuir planificant, negociant i inserint en els diferents suports per tal de treure el rendiment màxim a partir dels descomptes sobre les tarifes vigents dels suports amb què van aconseguir comprar cada espai publicitari. La despesa total va ser de 301.107,54 euros (IVA exclòs), inclòs el servei d'agència, fixat en un 0,5% per l'empresa adjudicatària. A més, cal afegir-hi les accions especials de les campanyes dutes a terme amb el mitjà televisió. L'import d'aquestes accions especials, que es va contractar directament amb cada suport, va ascendir a 48.671 euros.

En els propers anys 2020 i 2021 no es preveu prescindir de cap de les campanyes ni onades, però sí la possibilitat de posar en marxa noves campanyes vinculades a projectes i serveis impulsats per la Diputació de Tarragona o augmentar-ne la pressió publicitària, per incrementar el nombre de contactes i l'abastament. Es calcula que l'increment del nombre campanyes o onades serà de sis (6) anuals. A més, es preveu que els suports incrementin les seves tarifes amb el canvi d'annualitat.

Per tant, tenint en compte la despesa feta amb els preus actualitzats, que és de 304.720,83 euros, a la present licitació caldria sumar-hi l'import de les accions especials de televisió (que la futura adjudicatària hauria d'assumir i l'import de l'augment previsible pel nombre de campanyes.

IMPORT MÀXIM DE LICITACIÓ	
Previsió despesa anual tarifes actualitzades (IVA exclòs)	304.720,83
Import accions especials TV (IVA exclòs)	48.671,00
Increment per campanyes previstes (IVA exclòs) (6 campanyes amb una despesa mitjana de 6.273,07.- €)	37.638,42
TOTAL IMPORT MÀXIM DE LICITACIÓ (IVA exclòs)	391.030,25



GABINET DE PRESIDÈNCIA I PLANIFICACIÓ

Comunicació

4.2.- Finançament del contracte

Aquesta despesa s'imputarà amb càrrec a la partida 5020/922/22602/01 Publicitat i Promoció, del pressupost de despeses de l'any 2020 i 2021, de la Unitat de Comunicació del Gabinet de Presidència i Planificació de la Diputació de Tarragona.

4.3.- Valor estimat

El valor estimat d'aquest contracte, incloses les pròrrogues és:

VALOR ESTIMAT DEL CONTRACTE	
Pressupost base de licitació: (IVA exclòs)	391.030,25
Import de les pròrrogues: (IVA exclòs)	391.030,25
Import de les modificacions previstes	78.206,05
VALOR ESTIMAT DEL CONTRACTE	860.266,55

La Diputació de Tarragona no resta obligada a exhaurir aquesta xifra un cop finalitzat el contracte, sent aquest un valor màxim basat en les inversions inicialment previstes.

5.- FORMA DE PAGAMENT. JUSTIFICACIÓ

5.1.- Facturació.

El pagament d'aquest contracte es farà efectiu, per mitjà de facturació mensual, en funció dels serveis reals executats.

Les factures s'han de presentar en format electrònic a través de la Seu electrònica de la Diputació de Tarragona (<https://seuelectronica.dipta.cat/>), d'acord allò que s'estableix a la Llei 25/2013, de 27 de desembre, d'impuls de la factura electrònica.

5.2.- Contingut mínim de les factures.

Les factures han de tenir com a mínim el contingut establert a l'article 6 del Reglament pel qual es regulen les obligacions de facturació, aprovat pel RD1619/2012, de 30 de novembre, i l'establert en l'article 4 del Reglament del Registre de Factures de la Diputació de Tarragona, "Requeriments de les Factures". Referència de l'expedient i/o ordre de publicitat així com el nom de l'Acció i/o Campanya.

5.3.- Justificació.

Les factures emeses s'hauran de presentar annexant la següent documentació:

Document Resum de Factura, en format Excel convertit, a "Pdf", en el qual constarà:
Capçalera:

Referència de l'expedient i/o ordre de publicitat.

Nom de l'Acció i/o Campanya.



GABINET DE PRESIDÈNCIA I PLANIFICACIÓ

Comunicació

Data.

Desglossament:

Suport i edició (si escau).

Format.

Data/es de publicació/emissió de la inserció o de la campanya.

Nombre de passis / falques / impressions (si escau).

Import brut segons tarifa vigent del mitjà.

Descompte o preu negociat.

Import net (resultat d'aplicar el descompte negociat).

Import servei d'agència.

Import net + servei d'agència.

Descompte resultant (diferència entre l'import brut i l'import net + servei d'agència) o preu resultant.

Totals:

Import net total.

Import servei d'agència total.

Import net + servei d'agència total.

Import de l'IVA vigent aplicat.

Import Total IVA inclòs.

Documents justificatius:

L'empresa adjudicatària també annexarà els justificants corresponents, comprovants de la campanya, que poden ser: Pdf de les insercions impreses, certificat d'emissió en ràdio o televisió, informe de l'adserver i captures de pantalla en mitjans digitals o fotografia en .Jpg en el mitjà exterior.

La Unitat de Comunicació podrà demanar a l'adjudicatari que remeti el document Resum de Factura, en format "Excel", sense cap tipus de protecció, per tal de poder realitzar els treballs de comprovació que consideri necessaris i convenients.

6.- LLOC I TERMINI D'EXECUCIÓ

6.1.- Lloc d'execució

Tarragona. Unitat de Comunicació, del Gabinet de Presidència i Planificació de la Diputació de Tarragona.

6.2.- Durada i Termini d'Execució

La durada d'aquest contracte serà d'un (1) any a partir del 13 de gener de 2020 o a partir de la data de la seva formalització, en el cas que fos posterior a la data indicada.

La durada del contracte podrà prorrogar-se per un (1) any. L'esmentada pròrroga s'haurà d'adoptar de forma expressa, amb una antelació mínima de dos (2) mesos a la finalització del contracte.

7.- CRITERIS D'ADJUDICACIÓ

7.1.- Judici de Valor

Les empreses licitadores hauran de presentar una proposta estratègica de planificació de mitjans, seguint el "Brífing per a la realització de l'exercici d'estratègia i planificació





Codi de verificació: 09b7e694-0577-45f6-abb2-61c6b54627c2

Per a la verificació del següent codi podrà connectar-se a la següent adreça
<https://egovern.altanet.org/valida/?codigoVerificacion=09b7e694-0577-45f6-abb2-61c6b54627c2>



GABINET DE PRESIDÈNCIA I PLANIFICACIÓ

Comunicació

de mitjans" (Annex 1 del Plec de prescripcions tècniques d'aquest contracte), justificant totes les recomanacions pel que fa als mitjans i suports seleccionats, la distribució del pressupost, la distribució de la campanya en el calendari i l'ús de formats fent servir les fonts del sector o els estudis que tinguin al seu abast. Aquesta proposta serà avaluada seguint criteris de judici de valors.

Criteris de valoració avaluables en base a judici de valor. Proposta tècnica..... de 0 a 300 punts.

Els criteris per avaluar aquesta proposta tècnica seran els següents:

- **ESTRATÈGIA:** s'avaluarà l'habilitat per establir una estratègia sòlida, sustentada amb anàlisis prèvies, en compliment dels objectius detallats al brífing i ben articulada.
- **PLANIFICACIÓ:** s'avaluarà la idoneïtat dels diferents punts de contacte plantejats, la distribució dels impactes, la tàctica i l'ús eficient dels diferents aspectes de la planificació.
- **PÚBLIC UNIVERSAL / DIANA:** s'avaluarà l'habilitat per afinar a l'hora d'impactar als diferents "target groups" definits al brífing. (afinitat/eficiència, no impactes fora territori i tàctiques diferents per cadascú).
- **JUSTIFICACIÓ QUANTITATIVA:** s'avaluarà l'aportació de les dades quantitatives estimades per tal de justificar els diferents plantejaments i poder entendre l'abast de la campanya proposada.

GABINET DE PRESIDÈNCIA I PLANIFICACIÓ

Comunicació

Detall dels punts màxims que es poden atorgar a cada casella de la proposta tècnica:

SOBRE B: Campaña Escoles d'Art i Disseny de la Diputació de Tarragona		Punts	%
Criteri:	ESTRATÈGIA	100	33%
S'avaluarà l'habilitat per establir una estratègia sòlida, sustentada amb anàlisis prèvies, en compliment dels objectius detallats al briefing i ben articulada.			
Criteri:	PLANIFICACIÓ	80	27%
S'avaluarà la idoneïtat dels diferents punts de contacte plantejats, la distribució dels impactes, la tàctica i l'ús eficient dels diferents aspectes de la planificació.			
Criteri:	PÚBLIC UNIVERSAL / DIANA	50	17%
S'avaluarà l'habilitat per afinar a l'hora d'impactar als diferents target groups definits al briefing.			
Criteri:	JUSTIFICACIÓ QUANTITATIVA	70	23%
S'avaluarà l'aportació de les dades quantitatives estimades per tal de justificar els diferents plantejaments i poder entendre l'abast de la campanya proposada.			
TOTAL		300	100%

7.2.- Automàtics

Les empreses licitadores hauran de presentar la seva oferta econòmica fent ús del document en format "Excel" 'Oferta econòmica de la Memòria' (Annex 2 del Plec de prescripcions tècniques d'aquest contracte), omplint totes les caselles habilitades als efectes. Les empreses licitadores han d'incloure en el sobre electrònic C, l'arxiu en format "Excel" de la seva oferta econòmica, sense protecció, el qual ha de ser la còpia fidedigna del de l'oferta signada i lliurada electrònicament en el mateix sobre C.

La distribució dels punts atorgables en cada mitjà és:

- Mitjà imprès (fins a 350 punts)
- Mitjans digitals (fins a 150 punts)
- Ràdio (fins a 100 punts)
- Televisió (fins a 80 punts)
- Mitjà exterior (fins a 20 punts)

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 faci l'oferta més avantatjosa en



Per a la verificació del següent codi podrà connectar-se a la següent adreça
<https://egovern.altanet.org/valida/?codigoVerificacion=09b7e694-0577-45f6-abb2-61c6b54627c2>

GABINET DE PRESIDÈNCIA I PLANIFICACIÓ

Comunicació

aquella casella rebrà la totalitat de punts possibles i la resta d'empreses obtindran els punts proporcionals resultants d'aplicar les fórmules.

Valoració de les ofertes de preu màxim:

$$P = \frac{\text{Puntuació Màxima} * \text{Oferta Més Econòmica}}{\text{Oferta Valorada}}$$

Valoració de les ofertes de descompte mínim:

$$P = \frac{\text{Puntuació Màxima} * (1 - \text{Descompte Més Alt})}{(1 - \text{Descompte Que Es Puntua})}$$

7.3.- Ofertes anormals o desproporcionades.

Es considerarà una oferta econòmica amb valors anormals d'una empresa per a un mitjà (mitjà imprès, mitjans digitals, ràdio, televisió o mitjà exterior) quan aquesta quedi un 50% o més per sota de la mitjana aritmètica de les ofertes de totes les empreses.

L'oferta econòmica d'una empresa per a un mitjà serà la suma de totes les seves ofertes dels suports que integren aquest mitjà.

Quan les ofertes siguin de descomptes serà el resultat d'aplicar aquests descomptes a 100, excepte en els mitjans digitals que serà el resultat de restar els descomptes, expressats en decimals, d'1.

8.- CRITERIS DE SOLVÈNCIA

Els requeriments de solvència econòmica i financera i tècnica o professional tenen caràcter selectiu. La manca d'acreditació dels requeriments que tot seguit s'assenyalen suposen l'exclusió de l'empresa.

Solvència Econòmica financera. Declaració sobre el volum global de negocis en l'àmbit d'activitats corresponent a l'objecte del contracte, referit als tres últims exercicis disponibles en funció de la data de creació o d'inici de les activitats empresarials per un import igual o superior a 600.000 € per anualitat.

Solvència Tècnica o professional. Per a la prestació d'aquests serveis, la Diputació de Tarragona precisa els requeriments tècnics que tot seguit es relacionen.

Relació principals serveis o treballs realitzats. Relació dels principals serveis o treballs realitzats en els últims tres (3) anys que inclogui import, dates i destinatari, públic o privat.



Codi de verificació: 09b7e694-0577-45f6-abb2-61c6b54627c2

GABINET DE PRESIDÈNCIA I PLANIFICACIÓ

Comunicació

Els serveis o treballs efectuats s'acrediten mitjançant certificats expedits o visats per l'òrgan competent, quan el destinatari és una entitat del sector públic o, quan el destinatari és un subjecte privat, mitjançant un certificat expedit per aquest o, a falta d'aquest certificat, mitjançant una declaració de l'empresari; si escau, aquests certificats han de ser comunicats directament a l'òrgan de contractació per l'autoritat competent.

Els licitadors hauran d'acreditar haver realitzat un mínim de 3 campanyes publicitàries, en un o en més mitjans, superiors a 50.000 €. Si aquestes campanyes no són locals, hauran d'acreditar-ne 3 campanyes publicitàries addicionals en entorn local, en un o en més mitjans, superiors a 10.000€, cadascuna durant l'últim any. S'haurà de detallar l'import, les dates i el destinatari, d'acord amb el previst en el paràgraf anterior.

Les empreses licitadores podran també acreditar la seva solvència amb la següent Classificació empresarial:

Grup T Subgrup 1 Categoria 4

Fons d'informació: Les empreses licitadores hauran de tenir contractades les fonts d'informació següents per tal de desenvolupar el servei d'assessorament i planificació de mitjans per a cada necessitat de comunicació:

- OJD i PGD (tirades i difusions del mitjà imprès).
- EGM (audiències dels mitjans).

9. – EQUIP MÍNIM

Per tal de prestar els serveis detallats, la Diputació de Tarragona requereix un equip amb titulació superior o experiència acreditada en agències de mitjans format per:

- Un director o cap de planificació.
- Un planificador de mitjans sènior amb un mínim de 5 anys d'experiència en la planificació multimèdia.

El planificador ha d'acreditar coneixements i experiència de 5 anys treballant en la planificació de mitjans tant "off" com en les diferents disciplines publicitàries "on-line", incloent-hi suports locals.

Aquest equip serà l'interlocutor directe amb la Unitat de Comunicació de la Diputació de Tarragona i qui coordini altres eventuais professionals de l'empresa adjudicatària.

L'experiència s'ha d'acreditar mitjançant una declaració responsable i el "currículum vitae" dels professionals designats, detallant 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/treballa.

10.- MODIFICACIONS

10





Codi de verificació: 09b7e694-0577-45f6-abb2-61c6b54627c2

Per a la verificació del següent codi podrà connectar-se a la següent adreça
<https://egovern.altanet.org/valida/?codigo\Verificacion=09b7e694-0577-45f6-abb2-61c6b54627c2>



GABINET DE PRESIDÈNCIA I PLANIFICACIÓ

Comunicació

Durant la durada del contracte, es podran realitzar modificacions a l'alça, en un màxim del 20% del preu inicial del contracte, pels casos en què les estimacions inicials es veiessin incrementades per l'impuls de nous projectes o serveis.

11.- SUBCONTRACTACIÓ

En aquest contracte no es permet la subcontractació.

13.- CESSIÓ DEL CONTRACTE

Els drets i obligacions relatius a aquest contracte poden ser cedits per l'adjudicatari a un tercer, prèvia autorització de la Diputació, i quan es compleixin els requisits establerts en l'article 214 de la **LCSP**, i sempre que les qualitats tècniques o personals del cedent no hagin estat raó determinant de l'adjudicació del contracte.

14.- RESPONSABLE DEL CONTRACTE

Patricia Fernández Soto