

**INFORME DEL SERVEI PROMOTOR DEL CONTRACTE DELS SERVEIS DE GESTIÓ, ASSESSORAMENT I SUPORT TÈCNIC DE L'ESTRATÈGIA DE MITJANS DE COMUNICACIÓ, RELACIONS PÚBLIQUES, PRODUCCIÓ I REDACCIÓ DE CONTINGUTS EN SUPORTS OFF LINE I ON LINE DE L'INSTITUT DE MERCATS DE BARCELONA.**

**Expedient: 31/23**

**1.- De conformitat amb el previst a l'article 28 LCSP, el sotassgnant emet el següent informe justificatiu de la necessitat del contracte que es proposa a continuació;**

L'Institut Municipal de Mercats de Barcelona (IMMB) és el responsable de les campanyes generals de posicionament dels mercats i col·labora i dona suport a les estratègies de cada mercat impulsades des de cada una de les associacions de comerciants.

Tota la estratègia de comunicació impulsada per l'IMMB està vinculada als objectius específics de l'IMMB que tenen el seu màxim exponent en la definició dels objectius del seu Pla Estratègic.

Des de l'IMMB es planifiquen accions de comunicació vinculades a:

- La renovació i modernització dels mercats tant pel que fa a les millores dels edificis i serveis mitjançant les remodelacions, com les transformacions de l'oferta i el serveis dels mercats.
- La potenciació dels valors dels mercats: Producte de qualitat, comerç de proximitat, professionalitat, menjar saludable, sostenibilitat alimentària, serveis,..
- La promoció de les activitats de dinamització comercial, de integració amb el territori, culturals i de vinculació social, organitzades tant per les associacions de comerciants com pel propi IMMB.

#### **OBJECTE DEL CONTRACTE**

L'objecte d'aquest contracte és el de la prestació d'un servei d'assessorament i gestió de l'estratègia de mitjans, relacions públiques, coordinació, gestió, redacció de continguts en:

1.- Suports off line:

-Contingut institucional: Notes de premsa, dossiers de presa, notícies, publicacions internes, informes, notes informatives....

-Redacció d'un full informatiu mensual (publicació interna adreçada als paradistes dels mercats municipals).

-Col·laboracions i contingut publicitari o de promoció: Redaccionals, col·laboracions en publicacions i mitjans externs (televisió, radio, premsa, publicacions).

2.- Suport on line:

-Contingut institucional: Notícies webs institucionals i contingut en mitjans digitals (blog, xarxes socials) de l'IMMB i de l'Ajuntament de Barcelona.

-Col·laboracions i continguts publicitaris i de promoció: Redaccionals, col·laboracions en publicacions i mitjans digitals externs.

- Disseny, coordinació, guió dinamització i conducció de ponències, rodes de premsa, taules rodones, xerrades en suport digital i presencial

- Proposta i redacció dels continguts de l'Infomercats digital

Així mateix, el present contracte tindrà com a objecte la coordinació i gestió de la difusió d'aquests continguts a través de la relació amb mitjans, periodistes i altres prescriptors, accions de relacions públiques i dinamització de continguts mitjançant tots els canals. En aquest marc, l'adjudicatari haurà de promoure la implicació del conjunt de la xarxa de mercats en aquesta estratègia amb la finalitat d'atraure més clients als mercats.

l'Institut Municipal de Mercats no té mitjans ni personal suficient per a l'execució del contracte

### Pressupost base de licitació i valor estimat del contracte

1. D'acord amb la previsió de l'article 100 LCSP, el pressupost **base** total de licitació és de **113.256 euros**, IVA inclòs, amb el desglossament següent:

93.600 euros, **pressupost net**

19.656 euros en concepte d'Impost sobre el Valor Afegit (IVA) al tipus del 21%

Any	Econòmic	Programa	Orgànic	Import net	% IVA	Import IVA	Import total
2023	226.02	43121	0100	31.200 €	21	6.552 €	37.752 €
2024	226.02	43121	0100	62.400 €	21	13.104 €	75.504 €
							113.256 €

2. La quantitat indicada en l'apartat anterior com a pressupost net constitueix la xifra màxima de despesa prevista pel contracte.

El preu del contracte es determina mitjançant els preus unitaris ofertats per l'adjudicatari.

Aquest pressupost s'ha d'entendre comprensiu de la totalitat de tots els costos derivats de l'execució de l'objecte del contracte.

La partida d'imprevistos, i les altres xifrades a preu fet en el pressupost, no suposen dret a la seva percepció per part del contractista, només en la quantia o unitat d'obra dels treballs realment realitzats.

Pel cas que el present contracte comporti despeses de caràcter plurianual, la seva autorització o realització se subordina al crèdit que per a cada exercici autoritzin els respectius Pressupostos municipals.

3. **El valor estimat del contracte (VEC)** és de 187.200 euros, sense incloure l'Impost sobre el Valor Afegit (IVA). Aquesta xifra inclou l'import total que podria ser retribuint el contractista, tot d'acord la previsió de l'article 101 LCSP.

Execució servei	Subministrament posats a disposició	Pròrroga	Modificacions amb increment del cost econòmic	SUMA
93.600 €		93.600 €		187.200 €

### Durada del contracte

La durada del contracte serà de 18 mesos, comptats des de l'endemà de la signatura del contracte o en la data en què es faci constar al propi contracte. El contracte es podrà prorrogar per un termini de 18 mesos més. La pròrroga serà obligatòria si es notifica amb una antelació mínima de dos mesos a la fi del termini.

**criteris de valoració de les ofertes.****1- Criteris sotmesos a un judici de valor (sobre 2B)**

La documentació justificativa d'aquests criteris avaluable mitjançant judicis de valor s'ha d'incloure necessària i únicament al Sobre núm. 2A.

Es podrà obtenir un màxim de **40 punts**, d'acord amb els següents aspectes a valorar:

**a) Anàlisi i proposta estratègica: (Fins a 23 punts)**

- Una auditoria inicial de la situació de partida de la gestió de mitjans, relacions públiques, i posicionament de marca.

Es valorarà fins a un màxim de **5 punts**.

- Elaboració d'un projecte inicial d'estratègia de comunicació per mitjans, relacions públiques, canals on line i off line, de posicionament de marca potenciant els valors dels mercats com: motor econòmic, àgores de socialització, professionalitat, producte de proximitat i qualitat, sostenibilitat alimentària i menjar saludable, innovacions tecnològiques i serveis, alineats amb els principals eixos contemplats al Pla Estratègic de Mercats de Barcelona 2015-2025: Ànima, Motor i Sostenibilitat. <https://ajuntament.barcelona.cat/mercats/ca/content/pla-estrat%C3%A8gic-mercats-de-barcelona-2015-2025>.

Es valorarà fins a un màxim de **10 punts**.

- Proposta de metodologia de treball, coordinació i gestió:
  - o Aportació d'un model de quadre de comandament/sistema de seguiment i indicadors. Fins a un màxim de **2 punts**
  - o Presentació d'informes mensuals d'evolució de continguts i anàlisi, es valorarà fins a un màxim de **3 punts**.
  - o La claredat de l'exposició. Fins a una màxim de **1 punts**
  - o Propostes de millora, que no suposin cap cost, sobre la metodologia de la funcionalitat exposada al punt 4 del present plec, així com de la proposta de seguiment i valoració final. Es presentaran un màxim de 2 propostes (cap més) i es valorarà i es valorarà fins a un màxim de **2 punts (1 punt per proposta)**.

Es valorarà fins un màxim de **8 punts**

**b) Elaboració de propostes de treball: (Fins a 17 punts)**

Per poder valorar la validesa del licitant en la realització dels serveis sol·licitats, es sol·licita que desenvolupi els següents casos:

- **Disseny d'una roda de premsa de presentació** de la nova campanya "Mercats i Barris". Ha d'incloure:

- o L'elaboració d'una estratègia de comunicació prèvia
- o Disseny de la roda de premsa física a una aula de mercat: escaleta, autoritats, participants, intervencions
- o Proposta de disseny de roda de premsa en format virtual per retransmetre en directe
- o L'elaboració de dossier de premsa
- o Convocatòria de premsa i seguiment
- o Redacció d'una notícia al web.
- o Recull de premsa i valoració posterior

Es valorarà fins a un **màxim de 9 punts**

- **Disseny d'un una Jornada** d'un matí sobre "Mercats i Barris":

- Preparació prèvia: moderador, organització, invitació, autoritats, convidats, participants, experts.
- Organització: Presentador, presentació de la Jornada, programa, escaleta, conductor, guió, intervencions, funcionament
- Comunicació: comunicació prèvia, convocatòria, nota de premsa prèvia informativa sobre la realització de la jornada, premsa especialitzada, seguiment i balanç
- Notícia web sobre la participació, aportacions i valoració final.

Es valorarà fins a un **màxim de 8 punts**

(Annex 1 Breafing campanya "Mercats i Barris")

NOTA: Amb la finalitat de garantir qualitativament les tasques objecte del contracte, el licitador que no obtingui un mínim de 20 punts en la puntuació dels criteris sotmesos a judici de valor (sobre 2B) quedarà exclòs de la licitació, no procedint-se a l'obertura del seu sobre 2C.

## **2.- Criteris de valoració de forma automàtica i (Sobre 2C)**

La documentació justificativa d'aquests criteris avaluables de forma automàtica s'ha d'incloure necessària i únicament al Sobre núm. 2B.

Per aquests criteris es podrà obtenir un màxim de **60 punts**, com segueix:

### **a. Perfil professional: Fins a 25 punts**

El present contracte, basat en serveis de gabinet de premsa i continguts, la qualitat del servei està estrictament vinculada a la qualificació i experiència del personal que conforma l'empresa i que restarà adscrit a la seva execució.

- a) Currículum del coordinador editorial on es mostri l'experiència en gestió editorial, coordinació i direcció d'equips, planificació i estratègies de comunicació **als darrers 3 anys.**

Es valorarà **1 punt per any** d'experiència amb un màxim **de 3 punts**.

- b) Experiència demostrable de l'equip en col·laboracions amb publicacions en mitjans on i off line, relacionats amb els següents temes:

- Promoció del producte local de proximitat: **1 punt per article fins a 3 punts**
  - Propostes innovadores en comerç: **1 punt per article fins a 2 punts**
  - Cuina i gastronomia mediterrània: **1 punt per article fins a 2 punts**
  - Alimentació saludable: **1 punt per article fins a 2 punts**
  - Comerç: **1 punt per article fins a 2 punt**
- L'experiència es demostrarà aportant **articles publicats, els darrers 3 anys.**

Es valorarà fins a un **màxim de 11 punts**

- c) Experiència demostrable, els darrers 3 anys, de l'empresa licitadora en la gestió del gabinet de premsa i relacions públiques per a empreses o entitats relacionades amb:

- Productes alimentaris, vinculades amb valors com la promoció del producte de proximitat, ecològic i la sostenibilitat alimentària: **1 punt per any fins a 3 punts**
- Cuina i gastronomia, vinculada amb valors com al promoció de la cuina mediterrània, la sostenibilitat i el reaprofitament alimentari: **1 punt per any fins a 2 punt**
- Salut i alimentació, vinculades amb valors com l'alimentació saludable i la prevenció mitjançant l'alimentació: **1 punt per any fins a 2 punts**
- El comerç, vinculada a la promoció del comerç de proximitat: **1 punt per any fins a 2 punt**

- Innovació aplicada al món del comerç: 1 punt per article **fins a 2 punts**

L'Experiència es demostrarà aportant currículum professional.

Es valorarà fins a un **màxim d' 11 punts**

**b. Proposta econòmica presentada: Fins a 35 punts**

Per la millora en el preu de licitació del contracte, **fins a un total i màxim de 35 punts**.

S'atorgarà la màxima puntuació al licitador que formuli el preu més baix sense superar el pressupost de licitació (IVA exclòs), i a la resta de licitadors se'ls puntuarà de forma proporcional, d'acord amb els següents càlculs:

En primera fase es calcularà el percentatge de baixa que representin les ofertes econòmiques dels licitadors en relació al preu de licitació.

**D'acord amb el següent criteri:** l'oferta econòmica que coincideix amb la millor baixa econòmica tindrà el màxim de punts, i la puntuació de les restants es farà segons la fórmula següents:

$$P_i = \left[ \frac{(OP_i - OT)}{(OP_{\min} - OT)} \right] \times P_{\max}$$

essent:

Pi: Puntuació de l'oferta analitzada.

OPi: Oferta de preu analitzada

OT: Oferta Tipus. Import de licitació.

OPmin: Oferta de preu més baixa del full d'obertura d'ofertes econòmiques.

Pmax: Puntuació màxima

**Puntuació de la totalitat dels criteris (1)+(2): 100**

**3.- Si es produeix un empat en la puntuació total** entre diverses empreses licitadores s'aplicaran, successivament, els següents criteris de desempat:

1. Proposicions presentades per les empreses que, al venciment del termini de presentació d'ofertes, incloguin mesures de caràcter social i laboral que afavoreixin la igualtat d'oportunitats entre dones i homes.
2. Proposicions presentades per aquelles empreses que, al venciment del termini de presentació d'ofertes, tinguin a la plantilla un percentatge de persones treballadores amb discapacitat superior al que els imposi la normativa.  
En aquest supòsit, si diverses empreses licitadores de les que haguessin empatat quant a la proposició més avantatjosa acrediten tenir relació laboral amb persones amb discapacitat en un percentatge superior al que els imposi la normativa, tindrà preferència en l'adjudicació del contracte l'empresa licitadora que disposi del major percentatge de treballadors fixos amb discapacitat a la seva plantilla.
3. Les empreses licitadores amb major percentatge de persones treballadores amb discapacitat o en situació d'exclusió social a la plantilla de cadascuna de les empreses, primant en cas d'igualtat, el major nombre de personal fix amb discapacitat en plantilla, o el major nombre de persones treballadores en inclusió a la plantilla.

4. Les empreses licitadores amb major percentatge de dones ocupades a la plantilla de cadascuna de les empreses.
5. Les empreses licitadores amb menor percentatge de contractes temporals a la plantilla de cadascuna de les empreses.

En cas que l'aplicació d'aquests criteris no doni lloc a desempat es dirimirà mitjançant sorteig.

**3.- Divisió en lots.** El contracte no es divideix en lots atesa la necessitat d'obtenir un resultat conjunt, de tal manera que els encàrrecs a realitzar no estan predeterminats i es contemplen segons les necessitats de cada moment. Cada actuació requerida pot necessitar la suma de diversos elements de producció. El fet de tenir diverses empreses, pot propiciar una manca de coordinació alhora de disposar dels materials per a les actuacions precisades, ja que amb caràcter ordinari els encàrrecs barrejaran les diferents tipologies d'elements de comunicació.

Barcelona a la data de signatura

Elena Navarro

**Departament de Comunicació**

*Institut Municipal de Mercats de Barcelona*