

**PETICIÓ D'OFERTES DELS SERVEIS
ESPECÍFICS LICITATS DINS DE
L'ACORD MARC 1611AM01 DE
MANTENIMENT DE XARXES
SOCIALS – LOT 3 ACTUALITATS –
PER AL PROGRAMA DE TV3 “30
MINUTS” DE LA CORPORACIÓ
CATALANA DE MITJANS
AUDIOVISUALS, SA**

**Concurrencia pública d'ofertes núm.
2103DE01**

**Servei de Manteniment Xarxes
Socials per al programa “30 MINUTS”
– *Final temporada 2021***



1 INTRODUCCIÓ

L'objectiu d'aquest document és la petició d'ofertes per a la contractació del servei de manteniment de xarxes social per al programa **30 Minuts**, com a contractació derivada de l'acord marc per al Servei de Manteniment de Xarxes Socials dels continguts de la CCMA, SA.

Amb aquest document es proporciona a les empreses homologades tota la informació rellevant per l'elaboració d'una proposta de serveis i es fixen les condicions específiques no recollides al plec de condicions de l'Acord Marc. En referència a tots els elements que afectin la prestació del servei no recollits específicament en el present document seran d'aplicació el que es determina en el plec de prescripcions administratives i tècniques que van regular l'adjudicació de l'Acord Marc.

Tal com es recull a la clàusula quinzena de l'Acord Marc, la informació subministrada en aquest document és de caràcter estrictament confidencial, assumint per part de l'empresa homologada el compromís irrevocable de mantenir la informació aquí expressada en la més estricta confidencialitat, no podent divulgar, difondre, lliurar o subministrar a tercers el contingut total o parcial d'aquest plec sense l'autorització prèvia i per escrit de la CCMA, SA.

Les condicions recollides en les ofertes presentades per les empreses homologades en l'actual procés de licitació tindran caràcter vinculant.

Per als elements genèrics no recollits en les ofertes presentades en l'actual procés de licitació es tindran en compte les condicions recollides a les ofertes presentades en el concurs d'homologació previ.

La CCMA, SA es reserva el dret a declarar deserta l'adjudicació del servei que es licita, si cap de les propostes compleix amb els requisits tècnics i econòmics sol·licitats al plec i la documentació annexa.

2 SERVEIS A OFERIR

2.1. Objecte del contracte

Servei de manteniment i dinamització de les presències socials del programa, "**30 Minuts**" servei que s'emmarca dins del lot 3 – tipus Actualitats, de l'expedient de contractació núm. 1611AM01.

El 30 minuts és un programa de reportatges dels serveis informatius de TV3 que va iniciar les seves emissions a l'octubre del 1983 i aquest any acabarà la seva 37 temporada en antena.

El reportatge del 30 minuts s'emet cada diumenge en el prime time (després del TNV a les 21:55 aprox) des de principis de setembre a finals de juliol. No tots els diumenges durant la temporada es programa el 30 minuts, en casos específics (període electoral, programes especials. agost) no hi ha programa. Aproximadament el 55% dels reportatges són de producció pròpia. La resta corresponen a produccions alienes. A



l'arxiu 30 minuts al 3 a la carta es poden trobar aproximadament 1.150 reportatges de producció pròpia des de la creació del programa.

2.2. Descripció de la prestació

Detall del servei:

El programa “30 minuts” té comptes oficials actius a:

- Facebook: amb 22.830 seguidors a data 04/03/2021
- Twitter: amb 44.400 seguidors a data 04/03/2021
- Instagram: amb 3.700 seguidors a data 04/03/2021

La pàgina de Facebook del 30 minuts va ser creada al gener de 2009. El compte de Twitter es va activar el juny del 2009. L'Instagram del programa es va activar a l'agost del 2019.

L'objecte d'aquest encàrrec és la contractació per part de la CCMA, S.A. de la potenciació, manteniment i dinamització de la presència a aquestes xarxes socials basada en les esmentades plataformes així com la coordinació amb els equips editorials que gestionen les xarxes socials del canal TV3 i els responsables de continguts del programa per tal d'unificar els criteris de comunicació i amplificar degudament els missatges.

Per tal de realitzar correctament aquesta tasca, l'empresa contractada també haurà de clipejar i subtitular seqüències dels documentals i reportatges les parts del programa que es consideri i que es valori que el seu consum segmentat té sentit dins de les xarxes i també de la plataforma de TV3 a la carta.

Objectius:

Com a objectius generals de la presència a les xarxes socials es troben:

- LA POTENCIACIÓ DEL CONSUM DEL CONTINGUT
 - Foment del consum digital a la carta (3 a la carta) del programa setmanal i de l'arxiu
- LA FIDELITZACIÓ DE L'AUDIÈNCIA
 - Durant producció i rodatges amb la difusió de fotos i/o altre material de making off
 - Prèvia a l'emissió:

- Difusió material promoció elaborat pel departament de màrqueting de Tv3 (promo TV i promo xarxes) 3 o 4 dies abans de l'emissió
 - Difusió clips dels vídeos subtitulats elaborats pels equips dels programes o per l'adjudicatari
- “Second screen” durant l'emissió dels reportatges de producció pròpia o associada - Enriquiment del directe de l'emissió de televisió, fomentant la participació oferint contingut addicional en alguns moments clau (minuts abans de l'inici, pausa publicitària, final del programa...).
 - Posterior a l'emissió:
 - material addicional no emès (entrevistes senceres , etc) i clips PPD per fomentar el consum del servei 3 a la carta durant uns dies després de l'emissió
 - difusió a les xarxes de l'arxiu històric en funció de l'actualitat fent referència a reportatges específics del 30 minuts
 - Espai de diàleg entre fans i seguidors dels programes
 - creació d'espais nous de comunitat que permetin la comunicació entre el programa i l'audiència que vagi més enllà de la promoció dels programes emesos per TV i que reculli el feedback de l'audiència més fidel per tenir idees de millora de formats o propostes de temes i nous continguts a tractar

Per tal d'aconseguir aquests dos objectius principals, s'utilitzarà cada xarxa segons les seves característiques i formats, i es potenciaran accions concretes i diferenciades per a cadascuna d'elles en funció del rendiment que s'hi observa

Monitorització de les xarxes socials:

Moderació dels comentaris

Per tal de garantir un bon servei i un funcionament correcte de les xarxes socials, és necessari que es dugui a terme una moderació dels comentaris a Facebook, Twitter i Instagram.

- S'aplicaran els criteris generals de moderació especificats per l'equip editorial de TV3.
- La pàgina de Facebook es moderarà durant les següents franges horàries:
 - Abans de l'emissió 4 dies abans
 - Durant l'emissió en el cas de reportatges de producció pròpia o associada.

- Després emissió: La setmana posterior durant 3-4 dies : clips del PPD i material addicional
- Sempre: referencia a l'arxiu si hi ha alguna notícia d'actualitat rellevant .
- A Facebook, es tindran en compte els comentaris deixats al mur de la pàgina i als fils dels posts.
- A Twitter, es monitoritzaran els comentaris sota el hashtag de la conversa del reportatge o documental específic o les mencions. Si infringeixen les normes de conducta de Twitter es denunciaran i, si són només comentaris negatius, s'inclouran en l'informe qualitatiu (veure més endavant).
- A Instagram es tindran en compte els comentaris deixats als fils dels posts.

Resposta als comentaris

Per tal de garantir una ràpida comunicació amb els usuaris, es donarà resposta a les preguntes que aquests puguin formular a través de Facebook, Twitter i Instagram.

- Si cal, les respostes a fer es pactaran amb l'equip del programa que estarà disponible per a qualsevol consulta en aquest sentit.
 - Es donarà resposta als comentaris preferentment de dilluns a divendres si bé es valorarà poder-ho fer durant o després de l'emissió diumenge a la nit en el cas de reportatges de producció pròpia o associada.
 - El temps de resposta als comentaris no serà superior a les 48 hores.
- A Facebook, es respondran les preguntes enviades directament o les que es puguin deixar al mur de la pàgina i als fils dels post.
- A Twitter, es respondran les preguntes enviades directament i les mencions.
- A Instagram es respondran les preguntes enviades directament i les que es puguin deixar als fils dels posts.

Publicació

Per tal d'aconseguir els objectius esmentats anteriorment, es realitzarà una comunicació basada dels següents eixos de comunicació:

- Marcació de cita per pantalla
- Crida al consum digital
- Contingut addicional
- Cobertura “second screen” i animació de la conversa social en el cas de reportatges de producció pròpia o associada.
- Crida a l'arxiu històric



Per tal d'aconseguir la màxima efectivitat d'aquestes comunicacions es tindran en compte les especificats de cadascuna de les xarxes:

- S'utilitzaran diferents tipus de formats per tal de generar una comunicació rica quant a la forma:
 - Vídeos en nadiu: promots setmanals...
 - Enllaços a vídeos a TV3 a la carta
 - Galeries d'imatges
 - Enquestes
 - FB Live
 - TW Fleet
 - Event a FB...
 - Stories, posts i vídeos IGTV a Instagram
 - Articles...
- Es vídeos es compartiran en crosspost amb el perfil de TV3 o, si es donés el cas, amb altres perfils rellevants per a una determinada comunicació.
- Es coordinarà el calendari de publicació amb la redacció digital de TV3 per tal de potenciar al màxim la visibilitat també des dels perfils de canal genèrics de TV3.
- Els missatges es publicaran tenint en compte els algorismes de màxima difusió dels missatges, així com les hores de màxima connexió dels usuaris.
- A Twitter, utilització de hashtags pactats amb TV3 per tal de vehicular la conversa durant la setmana i durant l'emissió del programa en el cas de reportatges de producció pròpia o associada.
- A Instagram, utilització del hashtag pactat amb TV3 i els que es considerin més adequats per donar el màxima difusió als continguts concrets, alhora que es posa en valor la marca "30 minuts"

Els licitadors del servei presentaran un calendari aproximat de les accions previstes pel 30 minuts sent aquest calendari flexible per adaptar-se als canvis que es puguin produir per adaptar-se als canvis de programació o a l'actualitat.

Material:

La CCMA, SA facilitarà a l'empresa adjudicatària l'accés a les eines internes de la CCMA, SA necessàries per tal de poder portar a terme (Digition i Deliverty principalment) la comunicació a les xarxes socials a persones de l'empresa adjudicatària que s'hagin



autoritzat prèviament per la direcció del programa restringit l'accés únicament al material necessari i previ pacte de confidencialitat

Així a la plataforma de vídeo de la CCMA, SA Digion s'habilitaran espais restringits on l'empresa adjudicatària trobarà tot el material necessari per fer el servei recollit en aquest document.

Anàlisi:

Per tal de fer més efectiva la comunicació a les xarxes socials i mantenir un feed back permanent amb el programa i la redacció digital de TV3, setmanalment es realitzarà un informe de seguiment que comptarà amb la següent informació:

- Anàlisi quantitatiu genèric:
 - Abast de les publicacions a FB TW i Insta
 - Engagement de les publicacions a FB i TW i Insta
 - Número de seguidors a FB i TW i Insta
- Anàlisi qualitatiu genèric:
 - Sentiment de l'opinió generalitzat amb exemples més rellevants
 - Alerta de possibles crisis de reputació
 - Efectivitat de la comunicació en el consum digital de vídeo
- Seguiment second creen
 - Tuits totals durant el dia de l'emissió i durant la finestra d'emissió
 - Pics d'audiència social durant el programa
 - Sentiment de l'opinió generalitzat amb exemples més rellevants
- En el cas de referències a l'arxiu històric anàlisi del seguiment obtingut a les xarxes
- Proposta de millores en l'estratègia

Per tal de fer aquest informe, a banda de les dades que es puguin extreure de les pròpies xarxes socials, l'equip de la redacció digital de TV3 facilitarà les dades d'Instarsocial (de l'endemà de l'emissió) i Comscore necessàries per a l'anàlisi.

Independentment de l'informe setmanal si es creu convenient i en casos específics es podran establir reunions preferentment telemàtiques amb els responsables del programa per analitzar els informes seguiment o per comentar les accions a realitzar en emissions especials

KPIs



Mesurarem l'efectivitat d'aquesta estratègia de distribució i promoció digital del programa tenint en compte diferents indicadors i considerant com a primer període d'anàlisi des de l'inici del servei a final de temporada.

- **Facebook: Seguidors**

Objectiu mitjana abril- juliol 2021:

- Seguidors a 04/03//2021: 22.830
- Increment del 1 % de mitjana mensual per arribar després de 4 mesos aproximats de funcionament a final de temporada a la següent xifra aproximada de seguidors: **23.750**

- **Twitter: Seguidors**

Objectiu mitjana abril-juliol 2019:

- Seguidors a 04/03//2021: 44.400
- Increment del 2 % de mitjana mensual per arribar després de 4 mesos aproximats de funcionament a final de temporada a la següent xifra aproximada de seguidors: 48.000

- **Instagram: Seguidors**

Objectiu mitjana abril- juliol 2021:

- Seguidors a 04/03//2021: 3.700
- Increment del 6 % de mitjana mensual per arribar després de 4 mesos aproximats de funcionament a final de temporada a la següent xifra aproximada de seguidors: 4.700

Dates:

- Data inici del servei: 01/04/2021
- Data finalització del servei: **31/07/2021** al finalitzar la temporada

3.- VALOR ESTIMAT DEL CONTRACTE

El valor estimat del contracte per tota la durada prevista és de **CINC-MIL EUROS (5.000€)**, IVA no inclòs, que és desglossen de la manera següent:

- **TRES-MIL MIL EUROS (3.000€)**, IVA no inclòs, corresponent al servei bàsic de manteniment i dinamització de les presències a les xarxes socials del programa 30 minuts pel final de la temporada 2021 (abril-juliol) corresponent a l'import màxim de de 750 € mensuals. .
- **DOS MIL EUROS (2.000€)**, IVA no inclòs, d'import estimat corresponent al servei variable "second screen" coincidint amb l'emissió els diumenges de reportatges del 30 minuts de producció pròpia o associada. S'estima en 8 els reportatges que s'emetran durant el període de contracte (màxim 250€/programa)

4.- PRESSUPOST BASE DE LICITACIÓ

El pressupost base de licitació és de CINC-MIL EUROS (5.000€), més el 21% d'IVA, això fa un total de SIS-MIL CINQUANTA EUROS (6.050€).

Aquest és el preu màxim que poden oferir les empreses que concorrin a la licitació d'aquest contracte.

5 DURADA

El contracte tindrà una durada d'4 mesos, des de l'1 d'abril de 2021 al 31 de juliol de 2021.

6 PRESENTACIÓ DE PROPOSICIONS

6.1. D'acord amb la Disposició addicional quinzena de la LCSP, la tramitació d'aquesta licitació comporta la pràctica de les notificacions i comunicacions que en derivin per mitjans electrònics, informàtics i telemàtics.

Les comunicacions i les notificacions que es facin durant el procediment de contractació i durant la vigència del contracte s'efectuaran per mitjans electrònics a través del sistema de notificació e-NOTUM, d'acord amb la LCSP i la Llei 39/2015, d'1 d'octubre, del procediment administratiu comú de les administracions públiques. A aquests efectes, s'enviaran els avisos de la posada a disposició de les notificacions i les comunicacions a les adreces de correu electrònic i als telèfons mòbils que el licitador hagi indicat a l'efecte, moment a partir del qual l'empresa podrà accedir a la notificació esmentada.

Els terminis a comptar des de la notificació es computaran des de l'avís de notificació sempre que l'acte objecte de notificació s'hagi publicat el mateix dia en el Perfil del contractant de l'òrgan de contractació. En cas contrari els terminis es computaran des de la recepció de la notificació per l'interessat.



Per tal de rebre tota la informació relativa a aquesta licitació, les empreses que ho vulguin i en tot cas, els licitadors interessats, s'han de subscriure com a interessades a través del servei de subscripció a les novetats de l'espai virtual de licitació que a tal efecte es posa a disposició a l'adreça del contractant de l'òrgan de contractació. Aquesta subscripció permetrà rebre avís de manera immediata a les adreces electròniques de les persones subscrites de qualsevol novetat, publicació o avís relacionat amb aquesta licitació.

Així mateix, determinades comunicacions que s'hagin de fer amb ocasió o com a conseqüència del procediment de licitació i d'adjudicació del present contracte es realitzarà mitjançant la publicació al perfil del contractant, regulat a l'article 347 LCSP.

La publicació al perfil del contractant deixa constància fefaent de l'autenticitat, la integritat i la data i hora de la publicació.

6.2. Les propostes s'hauran de presentar **abans de les 13:00 hores del dia 17 de març de 2021.**

Les proposicions presentades fora de termini no seran admeses sota cap concepte.

Les proposicions seran secretes i la seva presentació presumeix l'acceptació incondicionada per part de l'empresa licitadora del contingut del present plec i de tots i cadascun dels documents que formin part de la contractació.

Les persones interessades en el procediment de licitació podran dirigir-se a la CCMA, SA per sol·licitar aclariments sobre els plecs o la resta de documentació, a través de l'apartat de preguntes i respostes del tauler d'avísos de l'espai virtual de la licitació. Aquestes preguntes i respostes seran accessibles a través del tauler esmentat, residenciat en el perfil de contractant de la CCMA, SA:

https://contractaciopublica.gencat.cat/ecofin_pscp/AppJava/perfil/CCMASA

Les empreses interessades podran formular consultes a la CCMA, SA fins al **dia 16 de març de 2021.**

Els licitadors hauran d'adjuntar els següents documents en fitxers separats

Fitxer 1: Oferta tècnica

L'oferta tècnica haurà de demostrar empatia amb el to del programa. i haurà de constar dels següents aspectes per tal de fer una valoració:

L'oferta tècnica s'haurà d'adaptar a les característiques del 30 minuts quant a l'estil i el to del programa (reportatges dels serveis informatius de TV3) i haurà de constar dels següents aspectes per tal de fer una valoració:

- Resum de l'estratègia a seguir (10-15 línies) que demostrï la comprensió de l'encàrrec i s'expliquin les accions que es realitzaran.
- Exemple sencer de cobertura a FB durant una setmana d'emissió (amb elements multimèdia – foto o vídeo – reals)

- Exemple sencer de cobertura a Twitter durant una setmana d'emissió (amb elements multimèdia – foto o vídeo – reals)
- Exemple sencer de cobertura a Instagram durant una setmana d'emissió segons el calendari proposat (amb elements multimèdia – foto o vídeo – reals)
- Si s'escau, proposta d'algun element de millora respecte a l'estratègia proposada.
- Descripció del perfil professional de la persona o persones que han elaborat l'oferta tècnica i que seran els responsables de prestació del servei des de l'inici.

No s'acceptaran les ofertes que tinguin omissions, esmenes o errors que impedeixin conèixer clarament el que es considera fonamental per a valorar-les.

Cada licitador només podrà presentar una única proposició.

Les proposicions presentades fora de termini o que no es presentin segons el format indicat en el paràgraf anterior no seran admeses sota cap concepte.

Fitxer 2: Oferta econòmica

L'import de l'oferta econòmica que s'adequarà al model de l'**Annex 1**.

En l'import s'entendran compresos a tots els efectes els impostos i despeses de qualsevol índole que gravin l'execució del servei, llevat de l'IVA que es desglossarà a part.

No s'acceptaran les ofertes que tinguin omissions, esmenes o errors que impedeixin conèixer clarament el que es considera fonamental per a valorar-les.

Cada licitador només podrà presentar una única proposició.

Les proposicions presentades fora de termini o que no es presentin segons el format indicat en el paràgraf anterior no seran admeses sota cap concepte.

7 CRITERIS DE VALORACIÓ

L'Òrgan de contractació seleccionarà el licitador que en conjunt faci la proposició en base a la relació qualitat preu, tenint en compte els criteris de valoració següents:

CRITERIS DE VALORACIÓ	PUNTUACIÓ
Criteris de valoració subjectiva	Fins a 70 punts
Oferta econòmica	Fins a 30 punts

COMITÈ D'EXPERTS

La valoració dels criteris que depenen d'un judici de valor per aquest contracte, tenen una ponderació més gran que els criteris avaluable de manera automàtica i en conseqüència, d'acord amb la normativa vigent es constitueix un comitè d'experts que valorarà aquests criteris.

El comitè estarà format per:

- Judith Argila, mitjans digitals.
- Jordi Salvat, mitjans digitals
- Eduard Calvet, mitjans digitals.

Si per algun motiu no imputable a la Mesa, hi hagués la variació d'algun membre, la valoració seria realitzada per algun altre expert que s'incorporaria al comitè, prèvia comunicació als licitadors.

7.1 Criteris de valoració subjectiva (Fins a 70 punts)

Oferta tècnica:

L'oferta tècnica haurà de demostrar empatia amb el to del programa i haurà de constar dels següents aspectes per tal de fer una valoració:

- Resum de l'estratègia a seguir (10-15 línies) que demostrï la comprensió de l'encàrrec i s'expliquin les accions que es realitzaran.
- Exemple de cobertura a FB. Post real amb elements multimèdia i/o text.
- Exemple de cobertura a Twitter. Tuit real amb elements multimèdia i text.
- Proposta d'algun element de millora respecte a l'estratègia proposada.

L'oferta tècnica s'haurà d'adaptar a les característiques del 30 minuts quant a l'estil i el to del programa (reportatges dels serveis informatius de TV3) i haurà de constar dels següents aspectes per tal de fer una valoració:

Resum de l'estratègia a seguir (10-15 línies) que

- Resum de l'estratègia a seguir (10-15 línies) que demostrï la comprensió de l'encàrrec i s'expliquin les accions que es realitzaran.
- Exemple sencer de cobertura a FB durant una setmana d'emissió (amb elements multimèdia – foto o vídeo – reals)
- Exemple sencer de cobertura a Twitter durant una setmana d'emissió (amb elements multimèdia – foto o vídeo – reals)
- Exemple sencer de cobertura a Instagram durant una setmana d'emissió segons el calendari proposat (amb elements multimèdia – foto o vídeo – reals)
- Si s'escau, proposta d'algun element de millora respecte a l'estratègia proposada.

Puntuació dels criteris de valoració subjectiva:

Resum de l'estratègia	Fins a 10 PUNTS
Cobertura FB	Fins a 15 PUNTS
Cobertura Twitter	Fins a 15 PUNTS
Cobertura Instagram	Fins a 20 PUNTS
Proposta element de millora	Fins a 10 PUNTS

7.2 Criteris de valoració quantitativa (Fins a 30 punts)

Els licitadors hauran de presentar l'oferta econòmica del servei detallat en aquest plec, d'acord amb el model de l'**Annex 1**.

Oferta econòmica	Fins a 30 punts
------------------	-----------------

Per valorar el criteri objectiu de l'oferta econòmica, les ofertes seran puntuades rebent la màxima puntuació l'oferta més baixa i la resta disminuint la puntuació proporcionalment a l'augment de les respectives ofertes i d'acord amb la següent fórmula: $P = N \cdot (m/Ov)$, on **P** representa la puntuació resultant, **N** és la puntuació màxima que es pot obtenir, més l'oferta més econòmica i **Ov** el preu de l'oferta que s'està puntuant.

Ofertes amb valors anormals o desproporcionats:

En relació al criteri de l'oferta econòmica, quan una oferta sigui inferior al 20% de la mitjana de les ofertes presentades, i d'acord amb el que s'estableix a l'article 149 de la LCSP, la Mesa de Contractació apreciarà, en el seu cas, que aquesta proposició no pot ser complida com a conseqüència de la inclusió de valors anormals o desproporcionats.

En aquest supòsit, la Mesa de Contractació demanarà a l'empresa afectada, un informe justificatiu de la viabilitat de la seva oferta, que haurà de ser lliurat en el termini màxim de cinc dies hàbils des de la notificació. A la vista d'aquest informe i del que elaboraran els serveis tècnics de la CCMA, SA, la Mesa de Contractació podrà declarar l'oferta d'anormalment baixa i, per tant, l'exclourà de la classificació.

Per valorar si una oferta és anormal o desproporcionada es prendrà com a referència el preu mensual ofert.

Les sol·licituds de justificació es duran a terme a través de la funcionalitat que a aquest efecte té l'eina de Sobre Digital, mitjançant la qual s'adreçarà un correu electrònic a l'adreça o les adreces assenyalades per les empreses licitadores en el formulari



d'inscripció, amb l'enllaç per a què accedeixin a l'espai de l'eina en què han d'aportar la documentació corresponent.

Aquest requeriment es comunicarà a l'empresa mitjançant comunicació electrònica a través de l'e-NOTUM, integrat amb la Plataforma de Serveis de Contractació Pública.

Valoració en cas d'empat:

En cas d'empat en les puntuacions obtingudes per les ofertes de les empreses licitadores, tindrà preferència en l'adjudicació del contracte:

- a) La proposició de l'empresa amb major percentatge de treballadors amb discapacitat o en situació d'exclusió social en la plantilla de cada una de les empreses, primant en cas d'igualtat, el major número de treballadors fixos amb discapacitat en plantilla, o el major número de persones treballadores en inclusió en la plantilla.
- b) La proposició de l'empresa amb menor percentatge de contractes temporals en la plantilla de cada una de les empreses.
- c) La proposició de l'empresa amb major percentatge de dones empleades en plantilla de cada una de les empreses.
- d) El sorteig, en cas de que l'aplicació dels anteriors criteris no hagués donat lloc al desempat.

8 PAGAMENT DEL PREU

La CCMA, SA efectuarà els pagaments per transferència bancària al compte indicat per l'adjudicatari, el dia 30 de mes, un cop transcorreguts 30 dies de la data de factura. La factura haurà de dur, com a màxim, la data de l'últim dia del mes en què s'hagi realitzat el subministrament i haurà de ser rebuda per part de la CCMA, SA, abans del dia 5 del mes següent a la data de la factura. Aquesta factura s'haurà d'emetre de forma electrònica i lliurar a la CCMA, SA a través del punt d'entrada de l'Administració Oberta de Catalunya, i haurà d'incloure, necessàriament, el número de comanda o el número de contracte que figurarà al peu de pàgina.

No tindran l'obligació de presentar la factura electrònica les persones i casos en que la normativa reguladora ho exceptui.

No procedirà la revisió de preus.

9 ADJUDICACIÓ I FORMALITZACIÓ DEL CONTRACTE

L'òrgan de contractació adjudicarà el contracte en el termini màxim de 15 dies a comptar des de el següent a de l'obertura de les proposicions.



L'adjudicació del contracte es formalitzarà mitjançant document privat en un termini no superior a 15 dies hàbils comptats des del dia següent en el que s'envia la notificació de l'adjudicació als licitadors i candidats.

10. MODIFICACIÓ DEL CONTRACTE

El contracte només es podrà modificar per raons d'interès públic, en els casos i en la forma que s'especifiquen en aquesta clàusula i de conformitat amb el que es preveu en els articles 203 a 207 de la LCSP.

11. TRANSPARÈNCIA

La CCMA, SA podrà fer pública a través de la seva pàgina web, o la de l'ens Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, la formalització del present acord i les condicions acordades, conforme a la legislació vigent aplicable en matèria de transparència

12. RENÚNCIA

L'Òrgan de contractació podrà renunciar a l'adjudicació o a la celebració del contracte d'adjudicació si per raons econòmiques no es pot tirar endavant la producció del programa. Si es dona el cas, es notificarà aquest fet a les empreses licitadores abans de la formalització del contracte.

La decisió de no adjudicar o subscriure el contracte d'adjudicació es publicarà a la plataforma de contractació pública de la Generalitat de Catalunya.

Sant Joan Despí, març de 2021

ANNEX 1

MODEL D'OFERTA ECONÒMICA

El Sr./La Sra., com a de la societat domiciliada a la ciutat de, carrer núm., codi postal..... amb NIF telèfon, fax, adreça electrònica, assabentat/da de les condicions i requisits per concórrer al contracte derivat núm. **2103DE01** pel concepte **Servei de manteniment i dinamització de les presències socials del programa, "30 Minuts" Final temporada 2021**, manifesta que es troba en situació d'acudir com a licitador en l'esmentada concurrència d'ofertes.

Amb aquesta finalitat es compromet, en nom de la societat que representa a prendre, al seu càrrec l'execució de l'esmentat servei amb estricta subjecció als requisits i condicions que hi figuren, oferint el servei amb els preus (IVA a part) que es detallen:

Preu corresponent al **servei de manteniment i dinamització de les presències socials del programa "30 Minuts" Final temporada 2021:**

Concepte	Preu mensual (IVA no inclòs)
Servei bàsic de manteniment i dinamització de les presències socials del programa "30 Minuts" Final temporada 2021	 € (1)

(1) Preu màxim mensual 750€

Concepte	Preu servei "second screen" (IVA no inclòs)
Servei "second screen" de manteniment i dinamització de les presències socials del programa "30 Minuts" Final temporada 2021	 € (1)

(1) Preu màxim servei "second screen" 250€

Signatura i segell de l'empresa

....., el..... de..... de 2021