



**INFORME JUSTIFICATIU PER A LA CONTRACTACIÓ DELS SERVEIS DE
CONCEPTUALITZACIÓ, CREATIVITAT, DISSENY, REALITZACIÓ I PRODUCCIÓ
DE CAMPANYES DE PUBLICITAT INSTITUCIONAL QUE ES DIFONDRAN EN EL
MITJÀ DE COMUNICACIÓ SOCIAL.**

Contracte: Públic	Unitat promotora: Direcció General de Difusió
Tipus: Serveis	
Expedient: PR-2023-605	Procediment: Obert Simplificat Abreujat
Títol: Serveis de conceptualització, creativitat, disseny, realització i producció de campanyes de publicitat institucional que es difondran en el mitjà de comunicació social	

	Import base €	IVA €	Import amb IVA €
Pressupost licitació	40.700,00€	8.547,00€	49.247,00€
Valor estimat	40.700,00€	-	-
Termini d'execució	Des de la data d'acceptació de l'adjudicació per l'empresa adjudicatària fins al 31 de desembre.		

1. Dades que identifiquen l'expedient i CPV:

L'objecte d'aquesta contractació és la realització dels serveis consistents en la conceptualització, creativitat, disseny, realització i producció de campanyes de publicitat institucional que es difondran en el mitjà de comunicació social.

Codi Expedient: PR-2023-605

Codi CPV: 79341400-0. Serveis de campanyes de publicitat.

2. Necessitat de contractar, antecedents i justificació de la insuficiència de mitjans:

El Departament de la Presidència (DPR), a través de la Direcció General de Difusió (DGD), d'acord amb el Decret 289/2022, de 2 de novembre, de reestructuració del DPR, té les competències relatives a la coordinació de la publicitat institucional i la definició dels criteris per al desenvolupament de les campanyes de publicitat institucional de l'Administració de la Generalitat i de les entitats que en depenen.

L'acord de Govern de 19 d'octubre de 2021 estableix que la contractació i el finançament corresponent al disseny creatiu i la producció de les campanyes i accions publicitàries institucionals i de la gestió i inserció en els mitjans de comunicació correspon a l'òrgan competent en matèria de publicitat institucional.



En l'actualitat, la majoria de ciutadana de Catalunya utilitzen i són usuaris de xarxes socials. En dades de l'últim estudi sobre Xarxes Social al 2023 a Espanya elaborat per IAB Spain un 85% dels internautes de 12-74 anys utilitzen Xarxes social. Aquestes dades fan necessari que la Generalitat de Catalunya prioritzï aquest mitjà de comunicació per difondre les seves campanyes. Aquestes xarxes, però, tenen unes dinàmiques diferents i per això és necessari que es conceptualitzin creativitats ad-hoc per aquest mitjà.

Anteriorment, la Direcció General de Difusió tenia un expedient amb aquest objecte de contracte (EC-2020-57). Aquest expedient va finalitzar el 31 de desembre del 2022 i, per tal de poder cobrir aquesta necessitat, es va iniciar un contracte obert, PR-2023-231, on un dels lots corresponia en aquest objecte de contracte. Aquest contracte, però, s'ha decidit anul·lar per tal de modificar i millorar els serveis a prestar i poder complir amb les necessitats de la Direcció General de Difusió. Per raons d'eficiència en la tramitació, el nou contracte obert que es prepararà serà un anticipat per poder tenir en execució a inicis de l'any que ve. L'objectiu de la contractació actual és poder cobrir la necessitat de realitzar campanyes de publicitat en el mitjà durant aquest any d'execució, 2023.

Els diferents departaments i entitats ens han traslladat els temes d'interès, serveis o actuacions sobre les quals els hi agradaria informar a la ciutadania a través del mitjà social. Les campanyes de publicitat que es volen dur a terme, únicament es realitzaran amb el benentès que, durant els períodes electorals, es realitzaran només les activitats publicitàries imprescindibles per a la salvaguarda de l'interès general o per al desenvolupament correcte dels serveis públics i d'informació a la ciutadania que no comportin cap informació que impliqui afavorir al partit polític que es troba en el Govern ni destaquen la gestió o els objectius assolits. En qualsevol cas, l'òrgan gestor haurà d'analitzar la consecució dels límits referenciats.

Els temes sobre els quals caldrà informar mitjançant campanyes i anuncis de publicitat institucional són, entre d'altres:

>Campanyes d'informació i prevenció en el àmbit de la salut (prevenció infeccions, hàbits saludables, vacunació, etc.).

>Campanyes de caire social i/o entorn a drets fonamentals associats a l'estar del benestar (igualtat, drets laborals, gent gran, acolliment infantil, violència envers les dones; bulling i qualsevol tipus de violència o d'abús als menors; esport, qualsevol tipus d'ajut, educació, etc.)

>Campanyes en l'àmbit de la conscienciació mediambiental (prevenció d'incendis, lluita contra el canvi climàtic, espais naturals protegits de Catalunya, prevenció de la sequera, residus orgànics, recollida de piles i altres residus especials, etc.)

>Campanyes de l'àmbit econòmic i sectorial (080 Barcelona Fashion Week, consum responsable, el comerç de proximitat i els drets del consumidor, turisme d'interior i de nou a Catalunya, ajuts de l'Institut Català de Finances (ICF), informació de l'Agència Tributària de Catalunya, sobre l'agència ACCIÓ, Carnet Jove prevenció dels riscos laborals, Dones TIC, etc.)

>Campanyes de l'àmbit cultural (foment de l'ús de la llengua catalana, Palau i els equipaments culturals de Catalunya, patrimoni cultural català, cultura popular i tradicional, etc.)

>Campanyes sobre tràmits i serveis d'especial rellevància per a la ciutadania (protecció civil i emergències, posada en funcionament d'infraestructures o serveis, etc.).



Els mitjans personals i materials de la Direcció General de Difusió són insuficients per poder assumir internament la realització del serveis objecte de la contractació en els termes i condicions que es detallen en el plec de prescripcions tècniques, la Direcció General de Difusió considera necessari licitar una nova contractació dels serveis descrits en l'objecte del contracte.

3. Característiques principals de la contractació:

Divisió en lots:

No. Si bé, l'article 99 de la LCSP, estableix la regla general de la divisió en lots del contracte, preveu uns motius vàlids d'acord amb els quals l'òrgan de contractació podrà no dividir el contracte en lots, fent la justificació corresponent a l'expedient.

En aquest cas, la naturalesa del contracte no es pot dividir en lots atès que el servei de conceptualització, creativitat, disseny, realització i producció de campanyes de publicitat pel mitjà de comunicació social s'ha d'efectuar de forma conjunta i global. Dividir les prestacions podria provocar un greu perjudici en l'execució de l'objecte del contracte, dificultant l'efectivitat i el bon resultat final.

Termini d'execució:

La prestació dels serveis objecte d'aquesta contractació s'haurà de realitzar des de la data d'acceptació de l'adjudicació per l'empresa adjudicatària i fins al 31 de desembre de 2023.

S'estableixen els següents terminis parcials d'execució:

El termini màxim de lliurament de cadascuna de les campanyes (proposta creativa i materials) serà:

- 10 dies naturals des de la data de la comanda: campanyes tipus A (tot tipus de peces creatives).
- 7 dies naturals des de la data de la comanda: campanyes tipus B (tot tipus de peces creatives però no vídeos).
- 5 dies naturals des de la data de la comanda: campanyes tipus C (només peces estàtiques).

No es preveu la possibilitat de pròrroga.

Modificacions contractuals

No es preveu la possibilitat de modificacions contractuals

Cessió i subcontractació

No es podrà cedir el contracte perquè les qualitats tècniques de l'empresa adjudicatària són determinants a l'hora d'adjudicar el contracte com a autora d'una idea creativa i d'una conceptualització de campanya.

D'acord amb la normativa vigent es permet la subcontractació en les tres tipologies de campanyes, és a dir, per a la producció de les peces estàtiques, animades i dels vídeos,



així com l'adaptació dels materials a les diferents mides. Es permet una subcontractació total màxima del 65 % de l'import d'adjudicació.

Les propostes que prevegin aquesta possibilitat hauran d'especificar la part de contracte que subcontractaran, l'import i el nom de les empreses subcontractades.

Per contra, les tasques que es consideren crítiques i que no es poden subcontractar són aquelles on la qualitat tècnica de l'empresa adjudicatària es considera indispensable per aconseguir un material de qualitat i que compleixi amb els objectius estratègics plantejats. Aquestes tasques seran tots els conceptes o serveis a prestar que estiguin relacionats amb la conceptualització de les campanyes i peces creatives.

No s'estableixen penalitats específiques

4. Valor estimat del contracte i pressupost base de licitació: justificació del seu càlcul

El Valor Estimat del contracte és de 40.700,00€, aquest import coincideix amb l'import de licitació sense IVA atès que no es preveuen pròrrogues ni modificacions contractuals.

Per a la determinació del VEC s'han tingut en compte els costos derivats de l'aplicació de les normatives laborals vigents, altres costos que es deriven de l'execució material dels serveis, despeses generals d'estructura i el benefici industrial.

El pressupost base de licitació és el següent:

Pressupost de licitació	VEC	IVA (21%)	Pressupost base de licitació (IVA inclòs)
40.700,00€	40.700,00€	8.547,00€	49.247,00€

Aquest pressupost s'exhaurirà o no, en funció dels treballs que es duguin a terme. En qualsevol cas no es garanteix cap volum de despesa.

Els costos inclosos en aquest informe es basen en estimacions de preus de mercat (art. 100.2 LCSP).

En annex es troba el desglossament dels costos directes i indirectes que configuren el pressupost base de licitació.

El cost del personal no és preu del contracte i no forma part de l'oferta econòmica.

D'acord amb la resolució 739/2019 del TACRC, la desagregació dels costos de personal per gènere i categoria professional prescrita per l'article 100.2 LCSP només afecta als contractes de serveis en què els costos del personal que executa el servei, a banda de ser el cost principal, formen part del preu total del contracte.

En aquest cas, els costos salarials de les persones que executaran el contracte no contribueixen a fixar el preu ni en formen part, i no s'integren en el preu total del contracte.



En tot cas l'empresa contractista haurà de complir el conveni col·lectiu aplicable, o bé, haurà de respectar el salari mínim interprofessional i, en el seu cas, les condicions laborals que s'hagin pogut fixar en el marc d'un acord interprofessional, de conformitat amb els articles 3 i 83 del Reial Decret Legislatiu 2/2015, de 23 d'octubre, pel que s'aprova el Text Refós de la Llei de l'Estatut dels Treballadors.

Determinació del preu. Preus unitaris:

El sistema de determinació del preu és per preus unitaris. Els preus unitaris estimats s'han obtingut a partir de preus de mercat i de l'experiència acumulada observant pressupostos presentats a concursos de campanyes publicitàries amb unes característiques similars a les requerides per a les campanyes objecte d'aquest contracte.

El pressupost base de licitació, formulat en termes dels preus unitaris aproximats de mercat, s'ha calculat d'acord amb les següents estimacions de les prestacions a realitzar, definides en la clàusula segona del Plec de Prescripcions Tècniques (PPT):

Concepte/servei a prestar	Preu unitari màxim estimat (IVA exclòs)
Conceptualització, creativitat i producció de carrusel informatiu 4:9 (10 slides): fotos + textos	250 €
Conceptualització, creativitat i producció de carrusel infogràfic 4:9 (10 slides): fotos + textos + infografies	350 €
Conceptualització, creativitat i producció de peça creativa estàtica de campanya optimitzada per a les Xarxes Socials (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, etc.).	150 €
Una adaptació de la peça estàtica a les mides específiques de cada xarxa (1080x1080; 1920x1080; 1080x1920; 1080x1350; 1080x565, i d'altres).	30 €
Conceptualització, creativitat i producció de peça creativa animada (GIF) de campanya optimitzada per a les Xarxes Socials (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, etc.).	350 €
Una adaptació de la peça animada (GIF) a les mides específiques de cada xarxa (1080x1080; 1920x1080; 1080x1920; 1080x1350; 1080x565, i d'altres).	40 €
Conceptualització, creativitat i producció de vídeo infogràfic per xarxes socials animat amb música	1.000 €
Conceptualització, creativitat i producció de vídeo realitzat amb imatges d'arxiu per xarxes socials amb música	1.000 €
Preu per la locució del vídeo amb 1 veu/idioma	400 €
Una adaptació del vídeo a les mides específiques de cada xarxa (1080x1080; 1920x1080; 1080x1920; 1080x1350; 1080x565, i d'altres).	90 €
Honoraris d'agència	10% sobre l'import total de la campanya



Justificació del càlcul del pressupost de licitació:

Basant-nos en l'experiència prèvia i en les peticions rebudes per part departaments, organismes i entitats de l'Administració de la Generalitat estímem una distribució aproximada del pressupost de licitació basada en les necessitats creatives de la Direcció General de Difusió durant el període d'execució del contracte que respon als següents càlculs:

	Preus unitaris pels serveis a prestar (IVA exclòs)	Preus unitaris pels serveis a prestar a la campanya tipus A: tot tipus de peces creatives (IVA exclòs)	Preus unitaris pels serveis a prestar a la campanya tipus B: tot tipus de peces creatives (no vídeos) (IVA exclòs)	Preus unitaris pels serveis a prestar a la campanya tipus C: peces estàtiques (IVA exclòs)
Concepte / servei a prestar				
Conceptualització, creativitat i producció de carrusel informatiu 4:9 (10 slides): fotos + textos	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €
Conceptualització, creativitat i producció de carrusel infogràfic 4:9 (10 slides): fotos + textos + infografies	350,00 €	350,00 €	350,00 €	350,00 €
Conceptualització, creativitat i producció de peça creativa estàtica de campanya optimitzada per/ a les Xarxes Socials (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, etc.).	150,00 €	150,00 €	150,00 €	150,00 €
Una adaptació de la peça estàtica a les mides específiques de cada xarxa (1080x1080; 1920x1080; 1080x1920; 1080x1350; 1080x565, i d'altres).	30,00 €	150,00 €	150,00 €	150,00 €
Conceptualització, creativitat i producció de peça creativa animada (GIF) de campanya optimitzada per a les Xarxes Socials (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, etc.).	350,00 €	350,00 €	350,00 €	
Una adaptació de la peça animada (GIF) a les mides específiques de cada xarxa (1080x1080; 1920x1080; 1080x1920; 1080x1350; 1080x565, i d'altres).	40,00 €	200,00 €	200,00 €	



Conceptualització, creativitat i producció de vídeo infogràfic per xarxes socials animat amb música	1.000,00 €	1.000,00 €		
Conceptualització, creativitat i producció de vídeo realitzat amb imatges d'arxiu per xarxes socials amb música	1.000,00 €	1.000,00 €		
Preu per la locució del vídeo amb 1 veu/idioma	400,00 €	400,00 €		
Una adaptació del vídeo a les mides específiques de cada xarxa (1080x1080; 1920x1080; 1080x1920; 1080x1350; 1080x565, i d'altres).	90,00 €	450,00 €		
Total		4.300,00 €	1.450,00 €	900,00 €
Honoraris del 10%		430,00 €	145,00 €	90,00 €
Import total per campanya		4.730,00 €	1.595,00 €	990,00 €
Número de campanyes previstes		6,00	4,00	6,00
		28.380,00 €	6.380,00 €	5.940,00 €
		40.700,00 €		

Atès que l'import resultant del desglossament és 40.700,00 €, aquest serà el pressupost de licitació.

Aquesta estimació es basa en una estandardització de les campanyes, per tal d'arribar a un pressupost de licitació però la distribució concreta es farà a l'inici de cada acció, en funció de les necessitats de comunicació i particularitats de cada campanya.

Centre Gestor i Partida Pressupostària

Centre Gestor: DD04

Partida Pressupostària: D/226000300/1210/0000

5. Criteris de solvència i classificació

No es requereix de conformitat amb el que estableix l'article 159.6 apartat b) de la LCSP.

6. Tramitació de l'expedient i procediment d'adjudicació

Forma de tramitació: Ordinària, d'acord amb l'article 116 de l'LCSP.

Procediment d'adjudicació: Obert simplificat abreujat regulat en l'article 159.6 de la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de Contractes del Sector Públic (en endavant LCSP). Aquest



és el procediment adequat per raó de la quantia i per garantir la màxima concurrència de licitadors.

7. Criteris d'adjudicació

Per dur a terme la valoració de les ofertes que es presentin, i de conformitat amb el que estableix l'article 159.6, apartat c, de la LCSP, l'avaluació de les propostes s'efectuarà únicament aplicant criteris d'adjudicació automàtics avaluable mitjançant fórmules.

Els criteris que s'han establert estan vinculats a l'objecte del contracte i contribueixen a millorar la seva execució. S'ha tingut en compte una proporcionalitat entre criteris econòmics (80%) i criteris diferents del preu (20%).

Criteris	Ponderació
• Criteri econòmic	80 %
• Criteris qualitatius:	20 %
a. Millora en el temps de lliurament dels materials	10 %
b. Experiència Professional	10 %

- **Criteri econòmic: Preu del servei.** Fins a 80 punts

Valoració dels preus unitaris nets de cadascun dels conceptes o serveis a prestar oferts per les empreses licitadores especificats en l'oferta econòmica presentada segons l'Annex corresponent del Plec de clàusules administratives particulars que regeix aquesta contractació, amb un màxim de 80 punts. La ponderació d'aquest apartat es farà d'acord amb la següent distribució:

Concepte/servei a prestar	Punts
Conceptualització, creativitat i producció de carrusel informatiu 4:9 (10 slides): fotos + textos	7
Conceptualització, creativitat i producció de carrusel infogràfic 4:9 (10 slides): fotos + textos + infografies	8
Conceptualització, creativitat i producció de peça creativa estàtica de campanya optimitzada per a les Xarxes Socials (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, etc.).	5
Una adaptació de la peça estàtica a les mides específiques de cada xarxa (1080x1080; 1920x1080; 1080x1920; 1080x1350; 1080x565, i d'altres).	5
Conceptualització, creativitat i producció de peça creativa animada (GIF) de campanya optimitzada per a les Xarxes Socials (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, etc.).	7
Una adaptació de la peça animada (GIF) a les mides específiques de cada xarxa (1080x1080; 1920x1080; 1080x1920; 1080x1350; 1080x565, i d'altres).	5
Conceptualització, creativitat i producció de vídeo infogràfic per xarxes socials animat amb música	11



Conceptualització, creativitat i producció de vídeo realitzat amb imatges d'arxiu per xarxes socials amb música	11
Preu per la locució del vídeo amb 1 veu/idioma	9
Una adaptació del vídeo a les mides específiques de cada xarxa (1080x1080; 1920x1080; 1080x1920; 1080x1350; 1080x565, i d'altres).	5
Honoraris d'agència	7

L'oferta econòmica total es puntuarà de forma automàtica aplicant la fórmula que es detalla a continuació:

$$\text{Valoració criteri} = \left[P \times \left(\frac{Om}{Ov} \right) \right]$$

P= Punts del concepte/criteri a prestar

Ov= Oferta a Valorar

Om= Oferta Millor

Cadascun dels apartats de l'oferta econòmica es valorarà per separat. La fórmula s'aplicarà a cada preu ofert per a cada concepte o servei a prestar per tal d'aconseguir una puntuació.

La puntuació total obtinguda per cada licitador serà el resultant de la suma dels punts obtinguts en cadascun dels apartats.

L'oferta econòmica es presentarà d'acord amb l'Annex corresponent del Plec de clàusules administratives particulars que regeix aquesta contractació.

- Criteris qualitatius:

a. Millora en el temps de lliurament de la proposta creativa (s'entén per proposta creativa la conceptualització de la campanya, però no la producció d'aquesta). Fins a **10 punts**.

En el termini d'execució es demana un termini màxim de lliurament segons el tipus de campanya de què es tracti. Els terminis de lliurament son:

- 10 dies naturals des de la data de la comanda: campanyes tipus A (tot tipus de peces creatives).
- 7 dies naturals des de la data de la comanda: campanyes tipus B (tot tipus de peces creatives però no vídeos).
- 5 dies naturals des de la data de la comanda: campanyes tipus C (només peces estàtiques).

En aquest apartat, es pondera la millora en el temps de lliurament en funció de la campanya de què es tracti. La fórmula a aplicar serà la següent:



Criteri	= a
- Lliurament en un termini inferior o igual a 5 dies naturals des de la data de la comanda per a les campanyes de tipus A. - Lliurament en un termini inferior o igual a 3 dies naturals des de la data de la comanda per a les campanyes tipus B. - Lliurament en un termini inferior o igual a 2 dies naturals des de la data de la comanda per a les campanyes tipus C.	10
- Lliurament en un termini superior o igual a 6 dies naturals des de la data de la comanda per a les campanyes de tipus A. - Lliurament en un termini superior o igual a 4 dies naturals des de la data de la comanda per a les campanyes tipus B. - Lliurament en un termini superior o igual a 3 dies naturals des de la data de la comanda per a les campanyes tipus C.	5

b. Experiència professional: Fins a 10 punts

La direcció creativa és un dels pilars bàsics de les agències, l'encarregada de pensar el *com*, trobar el concepte creatiu i amb la col·laboració del director/a d'art i copy, desenvolupar les idees que hi estiguin vinculades. Per aquest motiu, s'ha considerat necessari incorporar com a criteri de valoració d'aquest contracte els anys d'experiència dels directors/es creatius/ves de les empreses licitadores. En aquest sentit, s'ha considerat oportú la valoració d'aquest aspecte per garantir una major qualificació dels professionals que prestaran els serveis i, per tant, garantir al màxim la qualitat en l'execució dels treballs.

En conseqüència, cada any d'experiència del director creatiu es puntuarà amb 2 punts fins a un màxim 10 punts. La puntuació es calcularà mitjançant l'aplicació de la fórmula següent:

$$\text{Puntuació} = \text{Anys Experiència} \times 2 \text{ punts}$$

Criteris d'adjudicació específics per al desempat: L'empat entre diverses ofertes, després de l'aplicació dels criteris d'adjudicació indicats més amunt, es resoldrà mitjançant l'aplicació dels criteris següents i en aquest ordre, referits al moment de finalitzar el termini de presentació d'ofertes:

- La proposició presentada per aquelles empreses licitadores que es trobin en situació d'empat quant a la proposició més avantatjosa que, al venciment del termini de presentació d'ofertes, tinguin en la seva plantilla un percentatge de treballadors amb discapacitat superior a l'establert per la normativa vigent, tindrà preferència en l'adjudicació del contracte aquella empresa que disposi del percentatge més alt de treballadors fixos amb discapacitat en la seva plantilla.
- Subsidiàriament, en cas que l'aplicació dels anteriors criteris no hagi donat lloc a un desempat es tindrà en compte la proposició presentada l'empresa licitadora



que, al venciment del termini de presentació d'ofertes, inclogui en la seva oferta mesures de caràcter social i laboral que afavoreixin la igualtat d'oportunitats entre dones i homes.

- c) Finalment, si per aplicació dels criteris de desempat previstos en els apartats a i b no hagi donat lloc a un desempat, es procedirà al sorteig.

La documentació acreditativa dels criteris de desempat, l'han d'aportar els licitadors en el moment en què es produeixi l'empat a requeriment de la Mesa de contractació o del servei depenent de l'òrgan de contractació.

8. Condicions especials d'execució:

Durant l'execució del contracte l'empresa contractista haurà de complir les següents condicions especials d'execució relacionades amb l'objecte del contracte:

- 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 que regeix aquest contracte.
- Haurà de complir i acreditar, per a les noves contractacions, que almenys un 50% d'aquestes son 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, amb la finalitat de promoure la inclusió, la cohesió, la igualtat de tracte i la no-discriminació, en compliment de la Llei 19/2020, del 30 de desembre, d'igualtat de tracte i no-discriminació i de l'article 202.2 LCSP, que es tingui en compte els col·lectius que requereixen una especial protecció.

Aquestes condicions especials d'execució són indicades per a la correcta execució del contracte, atès que contribueixen a la implementació efectiva dels principis de la contractació d'empreses socialment responsable, d'acord amb la LCSP.

D'acord amb allò que s'ha exposat,

PROPOSO

Que s'iniciï la contractació administrativa dels serveis de conceptualització, creativitat, disseny, realització i producció de campanyes de publicitat institucional, que es difondran en el mitjà de comunicació social, amb les característiques especificades en aquest informe i la proposta de plec de prescripcions tècniques que s'ha elaborat també per aquesta unitat promotora.



Annex. Desglossament dels costos directes i indirectes que configuren el pressupost base de licitació.

L'estimació del desglossament del pressupost base de licitació en costos directes, indirectes i benefici industrial es detalla a continuació:

Costos directes	Percentatge sobre el Pressupost de licitació	Import
<u>Despeses</u> associades directament a la prestació objecte del contracte: servei de revisió i correcció lingüística i estilística, drets d'imatge de fotografies i material, desglossades de la següent manera: Drets de les fotografies, dels locutors i d'autoria de les il·lustracions per 2 anys (14,52%) Servei de revisió i correcció lingüística i estilística (1,61%) Altres despeses (desplaçaments i dietes, materials, etc.) (0,87%)	17%	8.371,99€ 7.150,65€ 792,88€ 428,45 €
<u>La subcontractació:</u> per al càlcul del preu dels serveis que es poden subcontractar (producció de les peces estàtiques, animades i dels vídeos i l'adaptació dels materials) s'ha pres com a referència els preus de mercat i l'experiència acumulada observant els preus mitjans dels pressupostos presentats a concursos de campanyes publicitàries amb unes característiques similars a les requerides per a les campanyes objecte d'aquest contracte. Producció de les peces estàtiques, animades i dels vídeos (exclou la conceptualització i creativitat) (56,45%) Adaptació dels materials (8,55%)	65%	32.010,55 € 27.799,93 € 4.210,62 €
Total costos directes	82%	40.382,54 €
Costos indirectes		
<u>Despeses generals d'estructura</u> (*): s'inclouen les despeses no vinculades directament al servei objecte del contracte però són necessàries per al funcionament de l'empresa (despeses de personal no adscrit al servei, les despeses de lloguers, administració, serveis centralitzats, amortització de mobiliari i equips etc...). Exclou les despeses financeres.	12%	5.909,64 €
Benefici industrial	6%	2.954,82 €
Total costos indirectes	18%	8.864,46 €
PRESSUPOST BASE LICITACIÓ		49.247,00€

(*) Aquests costos indirectes no es poden mesurar de manera precisa i per aquest motiu fem una deducció en base a una anàlisi d'un sector amb estructures empresarials majoritàriament mitjanes i petites, especialment pel que fa a les empreses locals.