

**PLIEGO DE CLÁUSULAS ADMINISTRATIVAS PARTICULARES APLICABLE AL ACUERDO MARCO PARA LA SELECCIÓN DE VARIAS EMPRESAS PARA LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS DE GESTIÓN PARA LA INSERCIÓN DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL, DE LA DIPUTACIÓN DE BARCELONA Y DE LOS ENTES ADHERIDOS, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EN OTROS SERVICIOS DE PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN (DIVIDIDO EN 3 LOTES)**

---

Expediente n.º: 2021/0017872

**1) DATOS RELATIVOS A LA LICITACIÓN Y ADJUDICACIÓN DEL ACUERDO MARCO**

- 1.1) Definición del objeto.
- 1.2) Necesidad e idoneidad.
- 1.3) Presupuesto base de licitación.
- 1.4) Existencia de crédito.
- 1.5) Duración del acuerdo marco y posibles prórrogas.
- 1.6) Valor estimado.
- 1.7) Tramitación del expediente y procedimiento de adjudicación.
- 1.8) Perfil de contratante.
- 1.9) Presentación de proposiciones.
- 1.10) Condiciones mínimas y medios de acreditación de la solvencia económica y financiera y profesional o técnica y otros requerimientos.
- 1.11) Criterios de adjudicación.
- 1.12) Criterios de desempate.
- 1.13) Plazo para la adjudicación.
- 1.14) Variantes.
- 1.15) Ofertas anormalmente bajas.

**1.16)** Garantía provisional.

**1.17)** Garantía definitiva.

**1.18)** Presentación de documentación por los licitadores propuestos como adjudicatarios.

**1.19)** Formalización del acuerdo marco.

## **2) DATOS RELATIVOS A LA ADJUDICACIÓN DE LOS CONTRATOS BASADOS EN EL ACUERDO MARCO**

**2.1)** Procedimiento de adjudicación de los contratos basados para los lotes 1 y 3.

**2.2)** Criterios de adjudicación a tener en cuenta en los contratos basados de los lotes 1 y 3.

**2.3)** Procedimiento de adjudicación de los contratos basados para el lote 2.

**2.4)** Otras formas de intermediación.

## **3) DATOS RELATIVOS A LA EJECUCIÓN DEL ACUERDO MARCO Y DE LOS CONTRATOS BASADOS**

**3.1)** Derechos y obligaciones de las partes.

**3.2)** Condiciones especiales de ejecución de los contratos basados.

**3.3)** Modificación del acuerdo marco y de los contratos basados.

**3.4)** Régimen de pago de los contratos basados.

**3.5)** Revisión de precios de los contratos basados.

**3.6)** Penalizaciones en los contratos basados.

**3.7)** Causas de resolución del acuerdo marco y de los contratos basados.

**3.8)** Plazo de recepción de las prestaciones de los contratos basados.

**3.9)** Plazo de garantía de los contratos basados.

**3.10)** Subcontratación de los contratos basados.

- 3.11)** Confidencialidad de la información.
- 3.12)** Régimen jurídico de la contratación.
- 3.13)** Notificaciones y uso de medios electrónicos.
- 3.14)** Obligaciones laborales, sociales, fiscales, de protección de datos personales, y medioambientales del contratista.
- 3.15)** Seguros.
- 3.16)** Lugar de prestación de los contratos basados.
- 3.17)** Responsable del acuerdo marco y de los contratos basados.
- 3.18)** Protección de datos de carácter personal.
- 3.19)** Planificación preventiva en caso de concurrencia empresarial en los contratos basados.
- 3.20)** Sistema de determinación del precio.
- 3.21)** Comprobaciones en el momento de la recepción de la calidad del objeto del contrato basado.
- 3.22)** Facultad de la Diputación de Barcelona sobre mantenimiento de estándares de calidad en la prestación de servicios.
- 3.23)** Información sobre las condiciones de subrogación en contratos de trabajo.
- 3.24)** Propiedad de los trabajos de los contratos basados.

#### **ANEXOS:**

**Anexo 1:** Modelo de declaración responsable para el cumplimiento de la normativa nacional (común para los lotes 1, 2 y 3)

**Anexo 2:** Modelo de proposición evaluable de acuerdo con los criterios automáticos para el lote 1

**Anexo 3:** Modelo de proposición evaluable de acuerdo con los criterios automáticos para el lote 2

**Anexo 4:** Modelo de proposición evaluable de acuerdo con los criterios automáticos para el lote 3

**Anexo 5:** Briefing para la propuesta evaluable de acuerdo con los criterios de juicio de valor para el lote 3

**1) DATOS RELATIVOS A LA LICITACIÓN Y ADJUDICACIÓN DEL ACUERDO MARCO:****1.1) Definición del objeto**

El presente acuerdo marco, promovido por el Gabinete de la Presidencia, relativo al Acuerdo marco para la selección de varias empresas para la prestación de servicios de gestión para la inserción de publicidad institucional, de la Diputación de Barcelona y de los entes adheridos, en los medios de comunicación y en otros servicios de publicidad y comunicación, dividido en tres lotes, de acuerdo con el Pliego de Prescripciones Técnicas (PPT).

Los entes adheridos, integrados en el sector público de la Diputación de Barcelona, son los siguientes:

- Centro de Cultura Contemporánea de Barcelona (CCCB) en los lotes 1, 2, y 3.
- Red Audiovisual Local, SL (XAL) en el lote 1

A estos efectos, el presente pliego regula el procedimiento de adjudicación de los contratos basados en el acuerdo marco, así como establece las condiciones, los derechos y las obligaciones que les serán de aplicación.

Este procedimiento se constituye a través de los lotes de licitación siguientes:

|               |                                                          | Número máximo de empresas por lote |
|---------------|----------------------------------------------------------|------------------------------------|
| <b>Lote 1</b> | <b>Campañas multimedia</b>                               | 3                                  |
| <b>Lote 2</b> | <b>Campañas en redes sociales y buscadores</b>           | 1                                  |
| <b>Lote 3</b> | <b>Acciones especiales de publicidad no convencional</b> | 3                                  |

Las empresas solo se pueden presentar a un lote.

Los Códigos CPV que corresponden son:

Para el lote 1, 79341200-8 (servicios de gestión publicitaria).

Y para el lote 2 y 3, 79341000-6 (servicios de publicidad), 79341200-8 (servicios de gestión publicitaria) y 79342000-3 (servicios de marketing).

**1.2) Necesidad e idoneidad del contrato**

Las necesidades administrativas a satisfacer, la idoneidad del objeto del contrato, la justificación del procedimiento, la división en lotes, los criterios de adjudicación y el resto de requerimientos recogidos en la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos

del Sector Público, por la que se trasponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014 (LCSP) están acreditados en el expediente.

### 1.3) Presupuesto base de licitación

- a) El **presupuesto base** de licitación del acuerdo marco, se fija en la cantidad bienal (2 años) de **8.429.000,00 €, IVA incluido**, desglosado de acuerdo con el siguiente detalle:

| Lotes                                                             | Presupuesto<br>(IVA excluido) | 21% IVA        | Presupuesto<br>(IVA incluido) |
|-------------------------------------------------------------------|-------------------------------|----------------|-------------------------------|
| <b>Lote 1</b><br>(Campañas multimedia)                            | 6.329.752,07 €                | 1.329.247,93 € | 7.659.000,00 €                |
| <b>Lote 2</b><br>(Campañas en redes sociales y buscadores)        | 442.148,76 €                  | 92.851,24 €    | 535.000,00 €                  |
| <b>Lote 3</b> (Acciones especiales de publicidad no convencional) | 194.214,88 €                  | 40.785,12 €    | 235.000,00 €                  |
| <b>TOTAL</b>                                                      |                               |                | <b>8.429.000,00 €</b>         |

El presupuesto desglosado por nos es el siguiente:

#### Lote 1

| Ente                                                | Presupuesto<br>(IVA excluido) | 21% IVA      | Presupuesto<br>(IVA incluido) |
|-----------------------------------------------------|-------------------------------|--------------|-------------------------------|
| Diputación de Barcelona                             | 3.727.272,73 €                | 782.727,27 € | 4.510.000,00 €                |
| Centro de Cultura Contemporánea de Barcelona (CCCB) | 202.479,34 €                  | 42.520,66 €  | 245.000,00 €                  |
| Red Audiovisual Local, SL (XAL)                     | 2.400.000,00 €                | 504.000,00 € | 2.904.000,00 €                |
|                                                     |                               |              | <b>7.659.000,00 €</b>         |

**Lote 2**

| Ente                                                | Presupuesto<br>(IVA excluido) | 21% IVA     | Presupuesto<br>(IVA incluido) |
|-----------------------------------------------------|-------------------------------|-------------|-------------------------------|
| Diputación de Barcelona                             | 385.950,41 €                  | 81.049,59 € | 467.000,00 €                  |
| Centro de Cultura Contemporánea de Barcelona (CCCB) | 56.198,35 €                   | 11.801,65 € | 68.000,00 €                   |
|                                                     |                               |             | <b>535.000,00 €</b>           |

**Lote 3**

| Ente                                                | Presupuesto<br>(IVA excluido) | 21% IVA     | Presupuesto<br>(IVA incluido) |
|-----------------------------------------------------|-------------------------------|-------------|-------------------------------|
| Diputación de Barcelona                             | 165.289,26 €                  | 34.710,74 € | 200.000,00 €                  |
| Centro de Cultura Contemporánea de Barcelona (CCCB) | 28.925,62 €                   | 6.074,38 €  | 35.000,00 €                   |
|                                                     |                               |             | <b>235.000,00 €</b>           |

Los licitadores, en su oferta, tendrán que mejorar los descuentos mínimos, los precios unitarios máximos o la comisión de agencia que se detallan en los anexos 2 (lote 1), 3 (lote 2) y 4 (lote 3), de acuerdo con las indicaciones previstas en la cláusula 1.11 del presente pliego.

El presupuesto base de licitación se ha calculado de acuerdo con las estimaciones de las prestaciones a realizar durante la ejecución del contrato y no supone una obligación de gasto, dado que este se determinará en función de los contratos basados en el acuerdo marco que se lleven a cabo durante su vigencia.

El presupuesto comprende la suma total de las posibles contrataciones basadas en este acuerdo marco. El precio consignado es indiscutible, no admitiéndose ninguna prueba de insuficiencia y puerta implícitos todos aquellos conceptos previstos al art. 100 de la LCSP y concordantes.

**b) Desglose del presupuesto por costes**

El presupuesto base de licitación del acuerdo marco (vigencia inicial) por lotes, se ha fijado de acuerdo con el detalle siguiente (sin IVA):

**LOTE 1- Campañas multimedia**

|                                | Porcentajes | Importe        |
|--------------------------------|-------------|----------------|
| <b>Costes directos</b>         |             |                |
| Costes salariales              | 5,5%        | 348.136,36 €   |
| Espacios publicitarios         | 76,5%       | 4.842.260,33 € |
| <b>Costes indirectos</b>       |             |                |
| Gastos generales de estructura | 10%         | 632.975,21 €   |
| <b>Beneficios</b>              | 8%          | 506.380,17 €   |
| <b>TOTAL DE COSTES</b>         | 100%        | 6.329.752,07 € |

**LOTE 2- Campañas en redes sociales y buscadores**

|                                | Porcentajes | Importe      |
|--------------------------------|-------------|--------------|
| <b>Costes directos</b>         |             |              |
| Costes salariales              | 22%         | 97.272,73 €  |
| Espacios publicitarios         | 60%         | 265.289,25 € |
| <b>Costes indirectos</b>       |             |              |
| Gastos generales de estructura | 10%         | 44.214,88 €  |
| <b>Beneficios</b>              | 8%          | 35.371,90 €  |
| <b>TOTAL DE COSTES</b>         | 100%        | 442.148,76 € |

**LOTE 3- Acciones especiales de publicidad no convencional**

|                                | Porcentajes | Importe      |
|--------------------------------|-------------|--------------|
| <b>Costes directos</b>         |             |              |
| Costes salariales              | 25%         | 48.553,72 €  |
| Espacios publicitarios         | 57%         | 110.702,48 € |
| <b>Costes indirectos</b>       |             |              |
| Gastos generales de estructura | 10%         | 19.421,49 €  |
| <b>Beneficios</b>              | 8%          | 15.537,19 €  |
| <b>TOTAL DE COSTES</b>         | 100%        | 194.214,88 € |

El coste salarial del contrato se ha fijado teniendo en cuenta el convenio colectivo estatal del sector de empresas de publicidad (código convenio 99004225011981, publicado en el BOE, n.º 35, de 10 de febrero de 2016), y de acuerdo con la última revisión (BOE, núm 291, de 4 de noviembre de 2020).

El referido convenio no fija ninguna desagregación por género, motivo por el cual los salarios serán idénticos para la realización de las tareas de la misma categoría con independencia de que el trabajo sea ejecutado por un hombre o una mujer, existiendo

únicamente diferencias como consecuencia de las diferentes antigüedades de los trabajadores u otras circunstancias previstas legalmente.

#### **1.4) Existencia de crédito**

El gasto plurianual derivado de los contratos basados en el acuerdo marco de **8.429.000,00 €, IVA incluido**, se imputará a cargo de las aplicaciones presupuestarias siguientes:

- **Por la Diputación de Barcelona**

##### **Lote 1: Campañas multimedia**

| Ejercicio | Importe        | Orgánico | Programa | Económico |
|-----------|----------------|----------|----------|-----------|
| 2022      | 900.000,00 €   | 11020    | 92050    | 22602     |
| 2023      | 1.800.000,00 € | 11020    | 92050    | 22602     |
| 2024      | 1.400.000,00 € | 11020    | 92050    | 22602     |

| Ejercicio | Importe      | Orgánico | Programa | Económico |
|-----------|--------------|----------|----------|-----------|
| 2022      | 70.000,00 €  | 1A101    | 92040    | 22603     |
| 2023      | 205.000,00 € | 1A101    | 92040    | 22603     |
| 2024      | 135.000,00 € | 1A101    | 92040    | 22603     |

##### **Lote 2: Campañas en redes sociales y buscadores**

| Ejercicio | Importe      | Orgánico | Programa | Económico |
|-----------|--------------|----------|----------|-----------|
| 2022      | 87.000,00 €  | 11020    | 92050    | 22602     |
| 2023      | 230.000,00 € | 11020    | 92050    | 22602     |
| 2024      | 150.000,00 € | 11020    | 92050    | 22602     |

##### **Lote 3: Acciones especiales de publicidad no convencional**

| Ejercicio | Importe      | Orgánico | Programa | Económico |
|-----------|--------------|----------|----------|-----------|
| 2022      | 30.000,00 €  | 11020    | 92050    | 22602     |
| 2023      | 100.000,00 € | 11020    | 92050    | 22602     |
| 2024      | 70.000,00 €  | 11020    | 92050    | 22602     |

- **Por el Centro de Cultura Contemporánea de Barcelona (CCCB)**

##### **Lote 1: Campañas multimedia**

| Ejercicio | Importe   | Orgánico | Programa | Económico |
|-----------|-----------|----------|----------|-----------|
| 2022      | 35.000 €  | 1        | 33440    | 22606     |
| 2023      | 120.000 € | 1        | 33440    | 22606     |
| 2024      | 90.000 €  | 1        | 33440    | 22606     |

**Lote 2: Campañas en redes sociales y buscadores**

| Ejercicio | Importe  | Orgánico | Programa | Económico |
|-----------|----------|----------|----------|-----------|
| 2022      | 14.000 € | 1        | 33440    | 22606     |
| 2023      | 36.000 € | 1        | 33440    | 22606     |
| 2024      | 18.000 € | 1        | 33440    | 22606     |

**Lote 3: Acciones especiales de publicidad no convencional**

| Ejercicio | Importe  | Orgánico | Programa | Económico |
|-----------|----------|----------|----------|-----------|
| 2022      | 5.000 €  | 1        | 33440    | 22606     |
| 2023      | 20.000 € | 1        | 33440    | 22606     |
| 2024      | 10.000 € | 1        | 33440    | 22606     |

- **Por la Red Audiovisual Local (XAL)**

**Lote 1: Campañas multimedia**

| Ejercicio | Importe     | Aplicación presupuestaria          |
|-----------|-------------|------------------------------------|
| 2022      | 484.000 €   | LX1DA-90 Acciones<br>audiovisuales |
| 2023      | 1.452.000 € | LX1DA-90 Acciones<br>audiovisuales |
| 2024      | 968.000 €   | LX1DA-90 Acciones<br>audiovisuales |

Con la condición suspensiva que para el mencionado gasto exista consignación adecuada y suficiente en los correspondientes presupuestos. De acuerdo con lo que establece el artículo 174 del texto refundido de la Ley reguladora de las haciendas locales, aprobado por el Real decreto legislativo 2/2004, de 5 de marzo.

En el momento de adjudicar esta contratación, sin perjuicio de la aplicación de los precios ofrecidos por la empresa contratista se retendrá el gasto por el total aprobado, para poder hacer frente al mayor número posible de inserciones de publicidad institucional tanto de la Diputación de Barcelona como de los entes adheridos a este Acuerdo marco.

**1.5) Duración del Acuerdo marco y posibles prórrogas**

- **En cuanto a la duración:**

El acuerdo marco, una vez formalizado, tendrá una duración de 2 años a contar desde el inicio de la prestación objeto del contrato.

La fecha de inicio de la prestación se fijará en el contrato de acuerdo con el artículo 35.1.g) de la LCSP.

- **En cuanto a la prórroga:**

El acuerdo marco será prorrogable de forma expresa, sin que la duración de su vigencia, incluidas las prórrogas, pueda exceder de cuatro (4) años.

La prórroga será obligatoria para el contratista cuando esta se le haya comunicado con una antelación mínima de 2 meses a la finalización de la duración del contrato.

**1.6) Valor estimado del acuerdo marco**

El valor estimado del acuerdo marco, a los efectos de aquello que disponen el artículo 101 y concordantes de la LCSP, es de 15.325.454,56 **€ IVA excluido**.

El método del cálculo para determinar el importe del VEC para los lotes es el siguiente:

| <b>Lote 1. Campañas multimedia</b>                                    |                                     |
|-----------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| Presupuesto (Vigencia inicial): 2 años                                | 6.329.752,07 € IVA excluido         |
| Prórroga: hasta 2 años                                                | 6.329.752,07 € IVA excluido         |
| Modificación (en los términos de la cláusula 3.3 del presente pliego) | 1.265.950,41 € IVA excluido         |
|                                                                       | <b>13.925.454,55 € IVA excluido</b> |

| <b>Lote 2. Campañas en redes sociales y buscadores</b>                |                                  |
|-----------------------------------------------------------------------|----------------------------------|
| Presupuesto (Vigencia inicial): 2 años                                | 442.148,76 € IVA excluido        |
| Prórroga: hasta 2 años                                                | 442.148,76 € IVA excluido        |
| Modificación (en los términos de la cláusula 3.3 del presente pliego) | 88.429,75 € IVA excluido         |
|                                                                       | <b>972.727,27 € IVA excluido</b> |

| <b>Lote 3. Acciones especiales de publicidad no convencional</b>      |                                  |
|-----------------------------------------------------------------------|----------------------------------|
| Presupuesto (Vigencia inicial): 2 años                                | 194.214,88 € IVA excluido        |
| Prórroga: hasta 2 años                                                | 194.214,88 € IVA excluido        |
| Modificación (en los términos de la cláusula 3.3 del presente pliego) | 38.842,98 € IVA excluido         |
|                                                                       | <b>427.272,74 € IVA excluido</b> |

Los porcentajes de la prórroga y modificación para cada ente participando en el contrato se mantienen en los mismos términos que los previstos por la vigencia inicial.

### **1.7) Tramitación del expediente y procedimiento de adjudicación**

La contratación, que se tramitará de forma ordinaria, está sujeta a regulación armonizada, y es susceptible de recurso especial en materia de contratación, se llevará a cabo intermediando: **procedimiento abierto y la adjudicación** con más de un criterio de adjudicación, en virtud de aquello que establecen los artículos 145, 146, 156 en 158 y concordantes de la LCSP.

### **1.8) Perfil de contratante**

Para consultar los pliegos y el resto de documentos relacionados con la presente contratación, así como la composición de la Mesa de Contratación, si es procedente, se tiene que acceder al Perfil de contratante a través de la dirección siguiente:

<https://seuelectronica.diba.cat>

#### **Información a los interesados**

Así mismo, en conformidad con el artículo 138.3 de la LCSP, se puede proporcionar a los interesados en el procedimiento de licitación que lo soliciten información adicional sobre los pliegos y otra documentación complementaria a todo tardar 4 días antes de que finalice el plazo fijado para la presentación de ofertas, a condición de que lo hayan pedido al menos 8 días antes del transcurso del plazo de presentación de las proposiciones o de las solicitudes de participación.

### **1.9) Presentación de proposiciones**

Las proposiciones se presentarán en la forma, plazo y lugar indicados al anuncio de licitación, mediante la herramienta **Sobre Digital, integrada en la Plataforma de Servicios de Contratación Pública de Cataluña**, accesible en el perfil de contratante de la Diputación, indicado en la cláusula 1.8 del presente pliego.

Toda la información relativa al Sobre Digital se puede consultar en el documento **“Instrucciones sobre el uso de medios electrónicos en los procedimientos de contratación”** publicado en el perfil de contratante de la Diputación de Barcelona.

Cualquier duda en relación a la presentación de ofertas se puede consultar al Servicio de Contratación a la dirección electrónica [scon.publicitat@diba.cat](mailto:scon.publicitat@diba.cat).

La mencionada documentación tendrá que presentarse en cualquier de las lenguas cooficiales de Cataluña, firmada electrónicamente, **en dos sobres en el caso del lote 1 y 2 y en tres sobres en el caso del lote 3**, en los términos siguientes:

Lotes 1 y 2 :

Sobre A (documentación administrativa)

Sobre B (documentación relativa a los criterios evaluables de forma automática)

Lote 3:

Sobre A (documentación administrativa)

Sobre B (documentación relativa a los criterios sujetos a juicio de valor)

Sobre C (documentación relativa a los criterios evaluables de forma automática)

**Presentación de la documentación en sobres en el caso del lote 1 (Campañas multimedia) y del lote 2 (Campañas en redes sociales y buscadores)**

### **SOBRE A**

Contendrá la documentación administrativa siguiente:

- Declaración responsable, firmada electrónicamente, de cumplimiento de las condiciones establecidas legalmente para contratar con el sector público, de acuerdo con el modelo de documento europeo único de contratación (DEUC).

El DEUC se tiene que rellenar en conformidad con las indicaciones que constan en la Guía rápida para el licitador publicada en el perfil de contratante de la Diputación de Barcelona.

- Declaración responsable, firmada electrónicamente, para el cumplimiento de las condiciones establecidas para contratar con el sector público conforme a la normativa nacional, de acuerdo con el modelo que consta cómo

- **Anexo 1 en el PCAP**

### **SOBRE B**

Contendrá la proposición, firmada electrónicamente, relativa a los criterios de adjudicación evaluables de forma automática, de acuerdo con los modelos siguientes:

- Anexo 2 en el PCAP (proposición lote 1)
- Anexo 3 en el PCAP (proposición lote 2)

**Presentación de la documentación en sobres en el caso del lote 3: Acciones especiales de publicidad no convencional**

### **SOBRE A**

Contendrá la documentación administrativa siguiente:

- Declaración responsable, firmada electrónicamente, de cumplimiento de las condiciones establecidas legalmente para contratar con el sector público, de acuerdo con el modelo de documento europeo único de contratación (DEUC).

El DEUC se tiene que rellenar en conformidad con las indicaciones que constan en la Guía rápida para el licitador publicada en el perfil de contratante de la Diputación de Barcelona.

- Declaración responsable, firmada electrónicamente, para el cumplimiento de las condiciones establecidas para contratar con el sector público conforme a la normativa nacional, de acuerdo con el modelo que consta como **Anexo 1 en el PCAP**

Las condiciones establecidas legalmente para contratar tienen que cumplirse antes de la finalización del plazo de presentación de proposiciones y subsistir en el momento de perfección del contrato, de acuerdo con el artículo 140.4 LCSP.

En conformidad con el artículo 140.3 LCSP, los licitadores se obligan a aportar, en cualquier momento antes de la propuesta de adjudicación, toda la documentación exigida cuando se los sea requerida, y sin perjuicio de aquello establecido en la cláusula 1.18) del presente Pliego

## **SOBRE B**

Contendrá la documentación técnica, firmada electrónicamente, relativa a los criterios de adjudicación que dependan de un juicio de valor, según el briefing detallado al **Anexo 5 en el PCAP**.

### **ADVERTENCIA**

La documentación que contienen los sobres precedentes (A y B) no puede incluir ninguna información que permita conocer el contenido del sobre C, relativo en los criterios evaluables de forma automática. El incumplimiento de esta obligación puede implicar la exclusión de la licitación.

## **SOBRE C**

Contendrá la proposición, firmada electrónicamente, relativa a los criterios de adjudicación evaluables de forma automática, de acuerdo con el modelo que consta como :

- Anexo 4 en el PCAP

*(Los modelos de declaración y proposición se podrán descargar en la Plataforma)*

### **1.10) Condiciones mínimas y medios de acreditación de la solvencia económica y financiera y profesional o técnica y otros requerimientos**

El licitador tendrá que cumplir las condiciones siguientes:

La documentación acreditativa de la solvencia tendrá que ser presentada únicamente por el licitador propuesto como adjudicatario en el plazo previsto en la cláusula 1.18 del presente pliego y en los términos que se detallen en el requerimiento.

Y disponer de la solvencia siguiente:

#### **a) Solvencia económica y financiera:**

- Volumen anual de negocios referido al mejor ejercicio dentro de los tres últimos disponibles.

Mínimo: Por los siguientes importes mínimos en alguno de los tres (3) ejercicios mencionados, en función del/s lote/s al/s cual/s presenten oferta

|        |              |
|--------|--------------|
| Lote 1 | 405.000,00 € |
| Lote 2 | 150.000,00 € |
| Lote 3 | 40.000,00 €  |

Medio de acreditación: Cuentas anuales aprobadas y depositados en el Registro Mercantil, si el empresario estuviera inscrito; en caso contrario, por los depositados en el registro oficial en que tenga que estar inscrito. Los empresarios individuales no inscritos en el Registro Mercantil acreditarán el volumen anual de negocios mediante los libros de inventarios y cuentas anuales legalizadas por el Registro Mercantil.

**b) Solvencia profesional o técnica:**

- Relación de los principales servicios o trabajos realizados de igual o similar naturaleza que los que constituyen el objeto del contrato, en el curso de como máximo, los tres (3) últimos años, que incluya objeto, importe, fechas y el destinatario, público o privado de estos, firmada por el representante legal de la empresa.

Mínimo: En esta relación tiene que constar servicios, de características similares al objeto del contrato, por los siguientes importes mínimos en alguno de los tres (3) ejercicios mencionados, en función del/s lote/s al/s cual/s presenten oferta:

|        |              |
|--------|--------------|
| Lote 1 | 190.000,00 € |
| Lote 2 | 50.000,00 €  |
| Lote 3 | 15.000,00 €  |

Documentación acreditativa de los trabajos/servicios mínimos:

- Cuando los trabajos o servicios se hayan realizado en entidades del sector público, hay que aportar certificados expeditos o visados por el órgano competente.
- Cuando los trabajos o servicios se hayan realizado en entidades del sector privado, mediante un certificado expedido por la empresa destinataria de estos trabajos/ servicios o a falta de este certificado, mediante una declaración firmada por el representante legal de la empresa licitadora acompañada de los documentos en poder suyo que acrediten la realización de la prestación.

**c) Clasificación empresarial como medio alternativo para acreditar la solvencia económica y técnica:**

La solvencia económica y técnica mínima requerida en los apartados anteriores, se podrá acreditar, alternativamente, con la clasificación empresarial en los grupos, subgrupos y categorías que a continuación se detallan:

**Lote 1 Campañas multimedia**

|          |             |              |
|----------|-------------|--------------|
| Grupo: T | Subgrupo: 1 | Categoría: 5 |
|----------|-------------|--------------|

**Lote 2 Campañas en redes sociales y buscadores**

|          |             |                         |
|----------|-------------|-------------------------|
| Grupo: T | Subgrupo: 1 | Categoría: 2 o superior |
|----------|-------------|-------------------------|

|   |          |             |                         |
|---|----------|-------------|-------------------------|
| L | Grupo: T | Subgrupo: 1 | Categoría: 1 o superior |
|---|----------|-------------|-------------------------|

**Lote 3 Acciones especiales de publicidad no convencional**

Así mismo, las empresas, de acuerdo con el artículo 76.2 de la LCSP, se tienen que comprometer a adscribir, como mínimo, los medios siguientes:

- Medios materiales por lotes:

**Lote 1: Campañas multimedia**Mínimo:

Tener disponibles, como mínimo, las siguientes fuentes de medición :

- OJD y PGD: para las tiradas y difusiones de los soportes impresos.
- Infoadex y/o Arce Media: para el control de las inversiones publicitarias.
- EGM-Barómetro: para las audiencias.
- Kantar Media o JP Media: para las audiencias de televisión y el control de las campañas de televisión, y otros soportes.
- Geomex: para las audiencias de exterior.
- Comscore o GFK: para las audiencias de los soportes digitales.
- Auditsa: para el control de las campañas de radio.

Y disponer, en propiedad o en alquiler, de adservers para la gestión de las campañas digitales.

**Lote 2: Campañas en redes sociales y buscadores**Mínimo:

Tener disponibles, como mínimo, alguna de las siguientes fuentes de medición o estudios básicos: Social Listening (RRSS) como Primetag, Le Guide Noir, SocialBlade, Hivency, Kolsquare o JP Media, o alguna otra fuente de medición de audiencias de redes sociales.

Y además, tienen que disponer de permisos como empresa anunciante para redes sociales y tener relación directa con las principales plataformas: Google, YouTube, Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest, LinkedIn, Tik Tok y otras posibles redes que aparezcan.

### **Lote 3: Acciones especiales de publicidad no convencional**

#### Mínimo:

Tener disponibles, como mínimo, alguna de las siguientes fuentes de medición o estudios básicos: Social Listening (RRSS) como Primetag, Le Guide Noir, SocialBlade, Hivency, Kolsquare o JP Media, o alguna otra fuente de medición de audiencias de redes sociales.

Documentación acreditativa medianos materiales: habrá que aportar los documentos acreditativos conforme disponen de las fuentes de medición mínimas requeridas.

### **1.11) Criterios de adjudicación**

Los criterios a tener en cuenta en la hora de considerar cuál es la mejor proposición relación calidad-precio serán, de forma decreciente, los que a continuación se indican, de acuerdo con la ponderación que se detalla para cada uno de estos:

#### **Lote 1. Campañas multimedia**

#### **Criterios evaluables de forma automática (100%)**

**Criterio 1) Precio máximo, descuento mínimo y comisión ..... Hasta 1.500 puntos. 97%**

La distribución de la puntuación entre los diferentes medios es la siguiente:

- Medio impreso: hasta **400** puntos
- Medios digitales: hasta **400** puntos
- Radio: hasta **300** puntos
- Televisión: hasta **200** puntos
- Medio exterior: hasta **200** puntos

Las ofertas tendrán que mejorar los descuentos mínimos o precios máximos que constan en el Anexo 2 en función del tipo de medio donde se tenga que insertar la publicidad y de acuerdo con las indicaciones siguientes:

- Descuentos mínimos: son los descuentos mínimos que aplicarán las empresas sobre las tarifas publicadas vigentes en el momento de hacer la petición del servicio y que podrán incrementar en el momento de presentar su oferta.
- Precios máximos: son los precios máximos que aplicarán las empresas y que podrán reducir en el momento de presentar su oferta. Dependiendo del medio y soporte al cual hace referencia los precios pedidos pueden ser:
  - Coste por gross rating point (C/GRP)
  - Coste por mil (CPM)
  - Coste por clic (CPC)
  - Coste por visionado (CPV)
  - Costes tecnológicos: el precio que se imputa para utilizar la tecnología necesaria para servir/controlar las inserciones publicitarias digitales mediante adservers.
- Comisión de agencia: importe que cobra la agencia para la gestión de las inserciones publicitarias.

Tanto en las ofertas de descuento mínimo como en las ofertas de precio máximo, la cifra tiene que incluir todos los conceptos necesarios (descuento de negociación, descuento de agencia, cargos y comisión de agencia) para que sea una cifra final antes de IVA. En el caso de las ofertas de descuento mínimo será un porcentaje que, descontado del precio tarifa, dará el precio neto antes de IVA. En el caso de las ofertas de precio máximo será el precio limpio antes de IVA.

Los descuentos mínimos sobre las tarifas de todos los medios son aplicables a todos los formatos no especificados en el modelo de oferta económica. Los C/GRP máximos en televisión son extensibles a otros formatos según los factores de conversión de la política comercial vigente de cada cadena. Todos los precios y descuentos son aplicables en cualquier día de la semana/hora o edición salvo los casos ya especificados en el modelo de oferta. Los descuentos mínimos garantizados en los apartados "Otros" de cada medio también serán extensibles a todos los formatos, días de la semana y ediciones de los otros soportes no descritos de cada medio.

Por otro lado, en el modelo de oferta se tendrá que detallar la comisión de agencia máxima que se aplicará en la casilla indicada, puesto que esta tendrá que ser la comisión de agencia máxima a aplicar en los contratos basados.

Los precios se tienen que escribir con números enteros, sin decimales. Los precios de

la comisión de agencia, de los costes tecnológico, de los CPMs o de los GRPs sí se pueden escribir con decimales.

Para el soporte impreso, los descuentos se aplican a las dos modalidades: publicidad y redaccional (monográficos, publisreportajes y contenido informativo en general, pagado). A parte hay que rellenar el descuento para los anuncios oficiales.

Para el soporte digital, se describen diferentes modalidades de contratación: coste por mil (CPM), coste por clic (CPC) o coste por visionado (CPV), referidas al target de individuos de ámbito o IP Cataluña. Si no se especifica formato ni emplazamiento, el precio será aplicable a todos los formatos y emplazamientos siempre que estén contemplados en las políticas comerciales de los diferentes soportes de los medios digitales.

Para el soporte digital, se consideran Rich media los anuncios digitales publicitarios con funcionalidades avanzadas, como el video, el sonido u otros.

Para el soporte radio, se considera prime time (PT) la franja y días especificados en cada emisora. El resto de franjas y días quedan contemplados en la siguiente columna. Hay emisoras sin PT especificado, en estos caso la oferta de descuento es para todos los días y horas.

Para el soporte televisión, el descuento es aplicable a todos los formatos, en todos los días de la semana y horarios, mientras estén publicados en las políticas comerciales de cada cadena. En las casillas de grupos de televisiones los descuentos ofrecidos también son aplicables a cualquier formato, horario y programa, mientras estén contemplados en las políticas comerciales de las cadenas.

Para el soporte televisión, en el caso de TV3 y 8TV, cuando no se especifica PT es para espacios en el resto de horario que no se comercializan a coste por GRP.

Para el soporte televisión, el coste/GRP 20" incluye todos los descuentos y cargos antes del IVA, incluida la comisión de agencia.

Para el cine, se entiende «CPM» el Coste por Mil espectadores/impactos (garantizados).

#### Ponderación de las ofertas:

Se asignará la máxima puntuación al licitador que ofrezca la oferta más ventajosa (descuento más alto o precio más bajo, según las indicaciones en cada caso), 0 puntos cuando no se ofrezca mejora y el resto de ofertas se puntuarán de manera proporcional.

La consecución de puntos de cada una de las casillas del modelo de oferta es individual. La puntuación total será la suma de las puntuaciones otorgadas para cada una de las casillas.

**ADVERTENCIA**

En el supuesto de que en alguna de las casillas se supere alguno de los precios máximos, se reduzca el porcentaje de descuento mínimo fijado o se incremente la comisión máxima de agencia, la **empresa quedará excluida de la licitación**. Si, por error, alguna casilla queda vacía, se asignará 0 puntos.

Durante la vigencia del acuerdo marco, las empresas seleccionadas no podrán presentar ofertas con descuentos inferiores, precios superiores ni comisiones de agencia superiores a los ofertados en este procedimiento.

En el supuesto que durante la tramitación del expediente se tuviera constancia formal que alguno de los soportes o formatos detallados en el modelo de oferta económica deje de comercializarse, este no se tendrá en cuenta en la hora de puntuar.

La distribución de la puntuación a otorgar para cada uno de los conceptos se detalla a continuación:

Distribución de puntos para los medios impresos (hasta 400 puntos):

| Soportes (medio impreso)                                  |                                                    | Descuento mínimo (%)<br>en publicidad y/o<br>redaccional |
|-----------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|
| Prensa general,<br>deportiva y económica                  | La Vanguardia                                      | 20                                                       |
|                                                           | El Periódico de Catalunya                          | 20                                                       |
|                                                           | Ara                                                | 18                                                       |
|                                                           | El Punt Avui                                       | 18                                                       |
|                                                           | Otros prensa general de ámbito Cataluña y España   | 18                                                       |
|                                                           | 20 Minutos                                         | 18                                                       |
|                                                           | Otros prensa gratuita de ámbito Cataluña y España  | 18                                                       |
|                                                           | El Mundo Deportivo                                 | 16                                                       |
|                                                           | Sport                                              | 16                                                       |
|                                                           | L'Esportiu                                         | 16                                                       |
|                                                           | Otros prensa deportiva de ámbito Cataluña y España | 14                                                       |
|                                                           | Prensa económica de ámbito Cataluña y España       | 14                                                       |
|                                                           | Prensa de ámbito internacional                     | 12                                                       |
| Prensa comarcal y local                                   | El 9 Nou                                           | 16                                                       |
|                                                           | Regió 7                                            | 16                                                       |
|                                                           | El 3 de vuit                                       | 14                                                       |
|                                                           | Diari de Sabadell                                  | 14                                                       |
|                                                           | Diari de Terrassa                                  | 14                                                       |
|                                                           | El Segre                                           | 12                                                       |
|                                                           | La Mañana                                          | 12                                                       |
|                                                           | Diari de Tarragona                                 | 12                                                       |
|                                                           | Més Tarragona                                      | 12                                                       |
|                                                           | Diari de Girona                                    | 12                                                       |
|                                                           | Otros prensa comarcal y local de ámbito Cataluña   | 10                                                       |
| Revistas y suplementos                                    | Revistas y suplementos de ámbito Cataluña          | 12                                                       |
|                                                           | Revistas y suplementos de ámbito España            | 12                                                       |
|                                                           | Revistas de ámbito internacional                   | 8                                                        |
| Descuento (%) en<br>esquelas y anuncios<br>oficiales      | Prensa generalista Catalunya y España              | 2                                                        |
|                                                           | Prensa comarcal y local de ámbito Catalunya        | 2                                                        |
| Comisión de agencia máxima aplicada al medio impreso (%): |                                                    | 2                                                        |
|                                                           |                                                    | 400                                                      |

Distribución de puntos para los medios digitales (hasta 400 puntos):

| Soportes (medios digitales)                                     |                                                    | Puntuación CPM máximp ofertado para robapáginas y megabaner | Puntuación CPM máximo para Pre-roll 20" / Robavideo  | Puntuación Descuento mínimo (%) ofertado para todos los formatos no especificados en este modelo |
|-----------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Webs de noticias y televisión                                   | lavanguardia.com                                   | 12                                                          | 12                                                   | 12                                                                                               |
|                                                                 | elperiodico.com                                    | 12                                                          | 12                                                   | 12                                                                                               |
|                                                                 | ara.cat                                            | 10                                                          | 10                                                   | 10                                                                                               |
|                                                                 | naciodigital.cat                                   | 10                                                          | 10                                                   | 10                                                                                               |
|                                                                 | vilaweb.cat                                        | 10                                                          | 10                                                   | 10                                                                                               |
|                                                                 | elpuntavui.cat                                     | 10                                                          | 10                                                   | 10                                                                                               |
|                                                                 | 20minutos.com                                      | 10                                                          | 10                                                   | 10                                                                                               |
|                                                                 | elmon.cat                                          | 10                                                          | 10                                                   | 10                                                                                               |
|                                                                 | elnacional.cat                                     | 10                                                          | 10                                                   | 10                                                                                               |
|                                                                 | Otras webs de noticias de ámbito Cataluña y España | 8                                                           | 8                                                    | 8                                                                                                |
| Webs de CCMA                                                    | 8                                                  | 8                                                           | 8                                                    |                                                                                                  |
| Suports (mitjans digitals)                                      |                                                    |                                                             | Puntuación CPM máximo (€) para formatos standard IAB | Puntuación Descuento mínimo (%) ofertado para todos los formatos no especificados en este modelo |
| Webs de las asociaciones                                        | Webs de la ACPC                                    |                                                             | 5                                                    | 5                                                                                                |
|                                                                 | Webs de la APPEC                                   |                                                             | 5                                                    | 5                                                                                                |
|                                                                 | Webs de la AMIC                                    |                                                             | 5                                                    | 5                                                                                                |
| Otras                                                           | Webs de viajes / turismo / ocio /niños             |                                                             | 5                                                    | 5                                                                                                |
|                                                                 | Otras webs de ámbito Cataluña                      |                                                             |                                                      | 4                                                                                                |
|                                                                 | Otras webs de ámbito España                        |                                                             |                                                      | 4                                                                                                |
|                                                                 | Otras webs de ámbito internacional                 |                                                             |                                                      | 4                                                                                                |
| Móviles y otros dispositivos                                    |                                                    |                                                             |                                                      | 4                                                                                                |
| Costes tecnológicos (sin comisión de agencia aplicado)          |                                                    |                                                             |                                                      | Puntuación                                                                                       |
| En concepto del peso del anuncio                                | Rich media (sin video) hasta 300kb                 |                                                             | 2                                                    |                                                                                                  |
|                                                                 | Rich media (con vídeo) más de 300kb                |                                                             | 2                                                    |                                                                                                  |
| En concepto del control de la campaña                           |                                                    |                                                             |                                                      | 2                                                                                                |
| Comisión de agencia máxima aplicada a los medios digitales (%): |                                                    |                                                             |                                                      | 8                                                                                                |
|                                                                 |                                                    |                                                             |                                                      | 400                                                                                              |

Distribución de puntos para los medios radiofónicos (hasta 300 puntos):

| Soportes (medio radio)                                              | Horario PT          | Puntuación Descuento mínimo (%) en horario prime time (PT) | Puntuación Descuento mínimo (%) para el resto de días y franjas horarias de las emisoras con PT especificado y para todos los días y franjas de las emisoras sin PT especificado |
|---------------------------------------------------------------------|---------------------|------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Catalunya Ràdio                                                     | lu-vi 7:00-9:00h.   | 14                                                         | 10                                                                                                                                                                               |
| Catalunya Informació                                                | lu-vi 7:00-9:00h.   | 14                                                         | 10                                                                                                                                                                               |
| Resto de emisoras de la CCMA                                        |                     |                                                            | 10                                                                                                                                                                               |
| Rac 1                                                               | lu-vi 08:00-09:00h. | 14                                                         | 10                                                                                                                                                                               |
| Rac 105                                                             | lu-vi 08:00-09:00h. | 14                                                         | 10                                                                                                                                                                               |
| Ser                                                                 | lu-vi 08:00-10:00h. | 14                                                         | 10                                                                                                                                                                               |
| Ser Catalunya                                                       | lu-vi 08:00-10:00h. | 14                                                         | 10                                                                                                                                                                               |
| 40 Principales                                                      | lu-vi 08:00-10:00h. | 10                                                         | 10                                                                                                                                                                               |
| Flaix FM i Flaixbac                                                 | lu-vi 08:00-10:00h. | 10                                                         | 10                                                                                                                                                                               |
| Onda Cero                                                           | lu-vi 08:00-10:00h. | 14                                                         | 10                                                                                                                                                                               |
| Cope                                                                | lu-vi 07:00-9:00h.  | 8                                                          | 8                                                                                                                                                                                |
| Ràdio Estel                                                         | todas las franjas   | 6                                                          | 8                                                                                                                                                                                |
| Ràdio Teletaxi                                                      | todas las franjas   | 6                                                          | 8                                                                                                                                                                                |
| Otras radios de ámbito catalán                                      |                     |                                                            | 8                                                                                                                                                                                |
| Radios de ámbito español                                            |                     |                                                            | 6                                                                                                                                                                                |
| Radios de ámbito internacional                                      |                     |                                                            | 6                                                                                                                                                                                |
| Podcast de emisoras convencionales (cuña preroll previa escucha)    | todas las franjas   | 8                                                          |                                                                                                                                                                                  |
| Radios exclusivamente digitales, podcast y otros formatos digitales | todas las franjas   | 8                                                          |                                                                                                                                                                                  |
| Comisión de agencia máxima aplicada al medio radio (%):             |                     | 2                                                          |                                                                                                                                                                                  |
|                                                                     |                     | 300                                                        |                                                                                                                                                                                  |

Distribución de puntos para los medios televisivos (hasta 200 puntos):

| Soportes (medio televisión)                                                                  | Concepto                   | Puntuación Precio (€ o % descuento) |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|-------------------------------------|
| TV3 (con 45% prime time)                                                                     | C/GRP 20" máximo - Ind 16+ | 18                                  |
| TV3                                                                                          | descuento mínimo           | 18                                  |
| Resto de cadenas de televisión de la CCMA                                                    | descuento mínimo           | 18                                  |
| 8TV (con 55% prime time)                                                                     | C/GRP 20" máximo - Ind 16+ | 15                                  |
| 8TV                                                                                          | descuento mínimo           | 15                                  |
| BeTeVé                                                                                       | descuento mínimo           | 15                                  |
| TeVeCat                                                                                      | descuento mínimo           | 15                                  |
| Canal Taronja-Televisió Berguedà                                                             | descuento mínimo           | 15                                  |
| El 9 Televisió                                                                               | descuento mínimo           | 15                                  |
| Televisiónes locales y comarcales o cualquiera de ámbito catalán                             | descuento mínimo           | 14                                  |
| Televisiónes de ámbito español                                                               | descuento mínimo           | 14                                  |
| Televisiónes de ámbito internacional                                                         | descuento mínimo           | 14                                  |
| Televisiónes exclusivamente digitales y plataformas de streaming de VOD (video bajo demanda) | CPM máximo                 | 12                                  |
| Comisión de agencia máxima aplicada al medio televisión (%):                                 |                            | 2                                   |
|                                                                                              |                            | 200                                 |

Distribución de puntos para los medios exteriores (hasta 200 puntos):

| Soportes (medio exterior)                                  | Puntuación Precio máximo<br>(€) o descuento mínimo (%) |
|------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| Opis metro Red metropolitana Barcelona                     | 20                                                     |
| Carteles de escaleras metro Red metropolitana Barcelona    | 20                                                     |
| Opis Ferrocarriles de la Generalitat                       | 14                                                     |
| Opis Renfe (Rodalías y estaciones)                         | 14                                                     |
| Opis en paradas autobús y mobiliario urbano exterior       | 14                                                     |
| Vallas publicitarias                                       | 10                                                     |
| Autobuses urbanos Barcelona ciudad                         | 10                                                     |
| Autobuses interurbanos Catalunya                           | 10                                                     |
| Tranvías Barcelona                                         | 10                                                     |
| Circuitos medianeras Barcelona ciudad                      | 10                                                     |
| Aeropuerto Barcelona                                       | 10                                                     |
| Pantallas en el metro                                      | 10                                                     |
| Pantallas en el autobús                                    | 10                                                     |
| Pantallas en el FGC                                        | 10                                                     |
| Opis Blipvert (ámbito local)                               | 10                                                     |
| Cine CPM 20" impactos (garantía de espectadores)           | 10                                                     |
| Otros                                                      | 6                                                      |
| Comisión de agencia máxima aplicada al medio exterior (%): | 2                                                      |
|                                                            | <b>200</b>                                             |

**Criterio 2) Reducción de plazo en la entrega de comprobantes y resultados señalado por el lote 1, en el apartado 2.1 punto e) del PP.... Hasta 50 puntos (3%).**

Se otorgará la puntuación de acuerdo con el siguiente detalle:

| Entrega en días hábiles | Puntuación |
|-------------------------|------------|
| 20 días (obligatorio)   | 0 puntos   |
| 19 días                 | 5 puntos   |
| 18 días                 | 10 puntos  |
| 17 días                 | 15 puntos  |
| 16 días                 | 20 puntos  |
| 15 días                 | 25 puntos  |
| 14 días                 | 30 puntos  |
| 13 días                 | 35 puntos  |
| 12 días                 | 40 puntos  |
| 11 días                 | 45 puntos  |
| 10 días o inferior      | 50 puntos  |

### **Lote 2. Campañas en redes sociales y buscadores**

**Criterios evaluables de forma automática (100%)****Criterio 1) Comisión de agencia..... Hasta 100 puntos  
(83%)**

Las ofertas tendrán que mejorar las comisiones máximas que constan en el Anexo 3.

La distribución de la puntuación entre las campañas con diferente volumen de inversión es la siguiente:

| Campaña con una inversión de: | Puntuación máxima |
|-------------------------------|-------------------|
| Hasta 1.000 €                 | Hasta 20 puntos   |
| De 1.001 € hasta 5.000 €      | Hasta 20 puntos   |
| De 5.001 € hasta 15.000 €     | Hasta 20 puntos   |
| De 15.001 € hasta 30.000 €    | Hasta 15 puntos   |
| De 30.001 € hasta 100.000 €   | Hasta 15 puntos   |
| A partir de 101.000 €         | Hasta 10 puntos   |
|                               | 100               |

Dentro de esta comisión de agencia se incluyen los honorarios de personal, la estrategia y la gestión, así como el seguimiento de la acción y el informe de resultados. El resto del importe se tendrá que invertir directamente en las redes o en los buscadores propuestos.

**Ponderación de las ofertas:**

Se asignará la máxima puntuación al licitador que ofrezca la oferta más ventajosa (comisión más baja, según las indicaciones en cada caso), 0 puntos en el supuesto de que no se ofrezca mejora y el resto de ofertas se puntuarán de manera proporcional.

La consecución de puntos de cada una de las casillas del modelo de oferta es individual. La puntuación total será la suma de las puntuaciones otorgadas para cada una de las casillas.

**ADVERTENCIA**

En el supuesto de que en alguna de las casillas se supere alguna de las comisiones máximas la **empresa restará excluida de la licitación**. Si, por error, alguna casilla queda vacía, se asignará 0 puntos, y se contará como si se hubiera marcado la comisión máxima.

Durante la vigencia del acuerdo marco, las empresas seleccionadas no podrán presentar ofertas con comisiones superiores a las ofrecidas en este procedimiento.

**Criterio 2) Reducción de plazo en la entrega de comprobantes y resultados señalados por el lote 2, en el apartado 2.2 punto d) del PPT ..... Hasta 20 puntos (17%)**

Se otorgará la puntuación de acuerdo con el siguiente detalle:

| <b>Entrega en días hábiles</b> | <b>Puntuación</b> |
|--------------------------------|-------------------|
| 15 días (obligatorio)          | 0 puntos          |
| 14 días                        | 2 puntos          |
| 13 días                        | 4 puntos          |
| 12 días                        | 6 puntos          |
| 11 días                        | 8 puntos          |
| 10 días                        | 10 puntos         |
| 9 días                         | 12 puntos         |
| 8 días                         | 14 puntos         |
| 7 días                         | 16 puntos         |
| 6 días                         | 18 puntos         |
| 5 días o inferior              | 20 puntos         |

### **Lote 3. Acciones especiales de publicidad no convencional**

#### **Criterios que dependen de un juicio de valor (40%)**

**Criterio 1) Propuesta de estrategia de la campaña que consta en el anexo 5 del presente pliego ..... Hasta 80 puntos (40%)**

Se valorará la propuesta de estrategia hacia el briefing, detallado en el **Anexo 5** del presente Pliego, de la «Campaña de influenciadores de la marca Barcelona es mucho más».

Las empresas licitadoras tienen que presentar una propuesta siguiendo las indicaciones del briefing. En esta propuesta tendrán que justificar el porqué de las acciones propuestas con las métricas adecuadas para poder valorar y puntuar el trabajo presentado.

Es necesario indicar el impacto estimado de la campaña en cuanto a cobertura, impresiones, clics, visionados y visitas. Así mismo tendrán que incluir los datos y explicaciones necesarias para entender la estrategia global y todo el detalle táctico necesario para entender la propuesta (calendario y formatos).

Se otorgará la puntuación de acuerdo con los siguientes subcriterios:

|                                                                         | Máxima puntuación |
|-------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| Coherencia de la propuesta estratégica                                  | Hasta 25 puntos   |
| Idoneidad y elige de los influenciadores                                | Hasta 14 puntos   |
| Seguidores totales de cada influenciador                                | Hasta 8 puntos    |
| Calidad de la propuesta de contenido para cada influenciador            | Hasta 10 puntos   |
| Número de publicaciones totales                                         | Hasta 8 puntos    |
| Número de redes que incluye la propuesta                                | Hasta 5 puntos    |
| Impacto total de las publicaciones (alcance)                            | Hasta 5 puntos    |
| Justificación de las partidas económicas de la propuesta de presupuesto | Hasta 5 puntos    |
| <b>Total</b>                                                            | <b>80 puntos</b>  |

### **Criterios evaluables de forma automática (60%)**

#### **Criterio 2) Comisión de agencia..... Hasta 110 puntos (55%)**

Las ofertas tendrán que mejorar las comisiones máximas que constan en el Anexo 4. La distribución de la puntuación entre las campañas con diferente volumen de inversión es la siguiente:

| Campaña con una inversión de: | Máxima puntuación       |
|-------------------------------|-------------------------|
| Hasta 1.000 €                 | Hasta 15 puntos         |
| De 1.001 € hasta 5.000 €      | Hasta 20 puntos         |
| De 5.001 € hasta 15.000 €     | Hasta 30 puntos         |
| De 15.001 € hasta 30.000 €    | Hasta 15 puntos         |
| De 30.001 € hasta 100.000 €   | Hasta 15 puntos         |
| A partir de 101.000 €         | Hasta 15 puntos         |
|                               | <b>Total 110 puntos</b> |

Se pide a las empresas que indiquen la comisión de agencia por tramos de inversión, según el que se destine a cada campaña. Dentro de esta comisión de agencia se incluyen los honorarios de personal, la estrategia y la gestión, así como el seguimiento de la acción y el informe de resultados. El resto del importe máximo, que vendrá detallado al briefing, se tendrá que invertir directamente en el pago a los terceros que hagan posible llevar a cabo la campaña (como los influenciadores, por ejemplo).

Ponderación de las ofertas:

Se asignará la máxima puntuación al licitador que ofrezca la oferta más ventajosa (comisión más baja, según las indicaciones en cada caso), 0 puntos en el supuesto de que no se presente mejora y el resto de ofertas se puntuarán de manera proporcional.

La consecución de puntos de cada una de las casillas del modelo de oferta económica es individual. La puntuación total será la suma de las puntuaciones otorgadas para cada una de las casillas.

**ADVERTENCIA**

En el supuesto de que en alguna de las casillas se supere alguna de las comisiones máximas la **empresa quedará excluida de la licitación**. Si, por error, alguna casilla queda vacía, se asignará 0 puntos, y se contará como si se hubiera marcado la comisión máxima.

Durante la vigencia del acuerdo marco, las empresas seleccionadas no podrán presentar ofertas con comisiones superiores a las ofrecidas en este procedimiento.

**Criterio 3) Reducción de plazo de entrega de comprobantes y resultados señalados por el lote 3, en el apartado 2.3 punto d) del PPT ... Hasta 10 puntos (5%)**

Se otorgará la puntuación de acuerdo con el siguiente detalle:

| <b>Entrega en días hábiles</b> | <b>Puntuación</b> |
|--------------------------------|-------------------|
| 15 días (obligatorio)          | 0 puntos          |
| 14 días                        | 1 punto           |
| 13 días                        | 2 puntos          |
| 12 días                        | 3 puntos          |
| 11 días                        | 4 puntos          |
| 10 días                        | 5 puntos          |
| 9 días                         | 6 puntos          |
| 8 días                         | 7 puntos          |
| 7 días                         | 8 puntos          |
| 6 días                         | 9 puntos          |

|                   |           |
|-------------------|-----------|
| 5 días o inferior | 10 puntos |
|-------------------|-----------|

En todo caso, la Diputación de Barcelona se reserva la facultad de adjudicar el contrato a quien reúna, a su entender, las condiciones económicamente más ventajosas de acuerdo con los criterios señalados o a declararlo desierto en los términos de aquello que dispone el artículo 150.3 LCSP.

### **1.12) Criterios de desempate**

En caso de igualación de proposiciones, los criterios para el desempate serán, por orden de prelación los siguientes:

- Tienen preferencia las proposiciones presentadas por empresas públicas o privadas que en el momento de finalizar el plazo de presentación de ofertas tengan en la plantilla un número de personas trabajadoras con discapacidad superior al 2 por ciento, siempre que estas proposiciones igualen en sus términos las más ventajosas desde el punto de vista de los criterios que sirvan de base para la adjudicación.

A estos efectos, en el caso de empresas con menos de 50 personas trabajadoras, al % de personas trabajadoras con discapacidad en plantilla que acrediten habrá que sumarle un 2%, con el fin de, en su caso, poder hacer la comparativa de manera equitativa con el % que acreditan las empresas con 50 o más de 50 personas trabajadoras.

Si varias empresas licitadoras quedan igualadas en cuanto a la proposición más ventajosa y, además, acreditan tener relación laboral con personas con discapacidad en un porcentaje superior al 2%, tendrá preferencia en la adjudicación del contrato la empresa licitadora que disponga en su plantilla de un porcentaje más elevado de personas trabajadoras fijas con discapacidad.

- En caso de persistir el empate, la situación de desempate se resolverá mediante sorteo que se llevará a cabo en acto público, previa la preceptiva convocatoria.

### **1.13) Plazo para la adjudicación**

La adjudicación se realizará dentro del plazo de dos (2) meses a contar desde la fecha de apertura de las ofertas recibidas.

### **1.14) Variantes**

Los licitadores no podrán presentar variantes en sus ofertas .

**1.15) Ofertas anormalmente bajas**

Para el lote 1 y 2:

Los parámetros objetivos que permitirán identificar los casos en que una oferta se considere anormal, referidos en la oferta considerada en su conjunto, son los siguientes:

Se tendrán que cumplir, de forma acumulativa, las condiciones siguientes:

- Que en el criterio 1 se dé alguna de las situaciones previstas en el artículo 85 del Reglamento General de la Ley de contratos de las Administraciones Públicas, aprobado por Real Decreto 1098/2001, de 12 de octubre, y

para hacer el cálculo de la baja se considerará “ofrecida” la puntuación total lograda por cada empresa y “presupuesto base de licitación” la puntuación máxima que se puede obtener en cada uno de los lotes.

- Que en el criterio 2 se haya obtenido la máxima puntuación.

Una vez realizada el trámite de audiencia, se declarará el carácter anormal de las ofertas, si procede.

Para el lote 3:

Los parámetros objetivos que permitirán identificar los casos en que una oferta se considere anormal, referidos en la oferta considerada en su conjunto, son los siguientes:

Se tendrán que cumplir, de forma acumulativa, las condiciones siguientes:

- Que en el 2 se dé alguna de las situaciones previstas en el artículo 85 del Reglamento General de la Ley de contratos de las Administraciones Públicas, aprobado por Real Decreto 1098/2001, de 12 de octubre, y

Para hacer el cálculo de la baja se considerará “ofrecida” la puntuación total lograda por cada empresa y “presupuesto base de licitación” la puntuación máxima que se puede obtener en cada uno de los lotes.

- Que en la suma de los criterios 1 y 3 se haya obtenido una puntuación igual a 90 puntos.

Una vez realizada el trámite de audiencia, se declarará el carácter anormal de las ofertas, si procede.

#### **1.16) Garantía provisional del acuerdo marco**

No se exige la constitución de garantía provisional, en conformidad con aquello que dispone el artículo 106 de la LCSP.

#### **1.17) Garantía definitiva**

De acuerdo con aquello que dispone el artículo 107.5 de la LCSP, se fija una garantía definitiva general del acuerdo marco para cada uno de los licitadores propuestos como adjudicatarios de

- 5.000 euros para el lote 1
- 1.000 euros para el lote 2
- 300 euros para el lote 3

La garantía definitiva se podrá prestar mediante cualquier de las formas previstas en el artículo 108.1 de la LCSP y podrá instrumentarse mediante retención del primero o primeros pagos que se efectúen. En este caso se tendrá que comunicar expresamente en el plazo que prevé la cláusula siguiente.

La constitución de la garantía definitiva responderá tanto de los incumplimientos del acuerdo marco como de los contratos basados posteriores.

#### **1.18) Presentación de documentación por el licitador propuesto como adjudicatario**

El licitador propuesto como adjudicatario, antes de la adjudicación y dentro del plazo de manantial (10) días hábiles contadores desde el día siguiente de la recepción del requerimiento que prevé el artículo 150.2 de la LCSP, tendrá que presentar la documentación justificativa de:

- Acreditar la constitución de la garantía definitiva (en caso de ser exigida y salvo que se instrumente mediante retención en el precio).
- Presentar los documentos siguientes:

- a) La documentación que acredite la personalidad del empresario, intermediando DNI o documento que lo sustituya. Cuando no actúe en nombre propio o se trate de sociedad o persona jurídica, además de su DNI, tendrá que aportar la escritura de nombramiento de cargo social o bien el poder notarial para representar la persona o entidad, y la escritura de constitución o de adaptación, si procede, de la sociedad o entidad y/o aquella en que conste el último objeto social vigente, en el cual tendrán que estar comprendidas las prestaciones objeto del contrato. Así mismo, los actos y acuerdos contenidos en las escrituras antes señaladas tendrán que estar inscritos en el registro adecuado cuando la inscripción mencionada los sea exigible. En el supuesto de que no lo fuera, la capacidad de obrar se acreditará mediante la escritura o documento de constitución, estatutos o acto fundacional, inscritos, si se tercia, en el registro oficial correspondiente.

Hará falta que la documentación que acredite la representación y las facultades del licitador sea validada por la Asesoría Jurídica de la Secretaría General de la Diputación de Barcelona.

Las empresas no españolas de Estados miembros de la Unión Europea o de los Estados signatarios del acuerdo sobre el Espacio Económico Europeo tendrán que acreditar su capacidad de obrar, en los términos de aquello que disponen los artículos 67 y 84 de la LCSP, mediante la inscripción en los registros comerciales o profesionales que se establecen en el anexo I del RGLCAP.

La capacidad de obrar del resto de las empresas extranjeras se acreditará en conformidad con el que disponen los artículos 68 y 84 de la LCSP.

- b) Los certificados acreditativos de encontrarse al corriente del cumplimiento de sus obligaciones tributarias y con la Seguridad Social, salvo que la Diputación de Barcelona disponga de estos.
- c) La documentación que acredite la habilitación profesional, la solvencia económica y financiera y técnica o profesional, así como la documentación que acredite la disposición de los medios que se comprometió a adscribir al contrato (en caso de exigencia de compromiso de adscripción) en los términos de la cláusula 1.10 del presente Pliego.
- d) En relación con el impuesto sobre actividades económicas (IAE) y según los supuestos siguientes:
- En caso de estar exento: 1) el documento de alta relativo al epígrafe correspondiente al objeto del contrato y 2) una declaración responsable en que donde conste que está exento de pago y no se ha dado de baja de la matrícula del impuesto.

- En caso de estar sujeto al IAE y no estar exento de este impuesto, se tendrá que presentar: 1) el documento de alta relativo al epígrafe correspondiente al objeto del contrato, 2) el recibo del impuesto del presente ejercicio o del ejercicio anterior en el supuesto de que no hubiera finalizado el plazo de pago y 3) una declaración responsable de no haberse dado de baja de la matrícula del impuesto.

- e) La documentación acreditativa del resto de circunstancias consignadas en la/las declaración/nes responsable/s aportada/s y el resto que sea exigible.
- f) En caso de que la ejecución del contrato requiera que el contratista haga tratamiento de datos personales según la 3.18 En caso Acuerdo marco del presente pliego, el propuesto adjudicatario tendrá que presentar: Declaración firmada por el legal representante de la empresa indicando donde estarán ubicados los servidores y desde donde se prestarán los servicios asociados en estos y estará obligado a comunicar a la Diputación de Barcelona cualquier cambio en relación con la declaración mencionada. Esta obligación se considera una condición esencial.

Aquellas empresas que estén inscritas en el Registro de Licitadores de la Generalitat de Cataluña y/o de la Administración General del Estado restarán eximidas de presentar la documentación referida si consta en el Registro de Licitadores.

En caso de no presentarse la documentación en el plazo previsto, se entenderá que el licitador ha retirado su oferta, se le exigirá el importe del 3% del presupuesto base de licitación, IVA excluido, en concepto de penalidad, y se procederá en los términos señalados en el artículo 150 de la LCSP.

### **1.19) Formalización del acuerdo marco**

El acuerdo marco se formalizará por parte de la Diputación de Barcelona en conformidad con el que dispone el artículo 153 de la LCSP.

El representante legal de la empresa tendrá que firmar electrónicamente el contrato con cualquier herramienta gratuita de firma de documentos avalada por la Administración Abierta de Cataluña (AOC), como puede ser el programa Adobe Acrobat Reader DC, con el establecido por la Diputación de Barcelona en su Política de firma ([https://seuelectronica.diba.cat/fitxers/d10605\\_2018\\_politica%20Signatura.pdf](https://seuelectronica.diba.cat/fitxers/d10605_2018_politica%20Signatura.pdf)), y en su Catálogo de formatos de los documentos electrónicos (<https://seuelectronica.diba.cat/fitxers/16.pdf>), como puede ser, entre otros, la aplicación informática Adobe Acrobat Reader MIÉRC.

Al tratarse de un contrato **susceptible de recurso especial**, la formalización no se producirá antes del transcurso de los 15 días hábiles siguientes a la remisión de la notificación de la adjudicación.

Una vez transcurrido el plazo previsto en el párrafo anterior, el adjudicatario se obliga a formalizarlo cuando sea requerido y, en cualquier caso, en un plazo máximo de 5 días naturales a contar del día siguiente de la recepción del requerimiento.

En el supuesto que el adjudicatario sea una unión temporal de empresas, esta tendrá que estar formalmente constituida antes de la formalización del contrato.

Si por causas imputables al adjudicatario, el contrato no se formaliza en el plazo señalado, se procederá a imponer una penalidad equivalente al 3% del presupuesto base de licitación, IVA excluido, en conformidad con el que dispone el artículo 153.4 LCSP.

## **2) DATOS RELATIVOS A LA ADJUDICACIÓN DE LOS CONTRATOS BASADOS EN EL ACUERDO MARCO:**

El conjunto de trámites, actuaciones y comunicaciones que se hagan durante el procedimiento de contratación y durante la vigencia del contrato que se licita, entre las empresas y la Diputación de Barcelona y el resto de entes adheridos, se realizarán por medios electrónicos, informáticos y telemáticos, y se dirigirán a la dirección de correo electrónico que la empresa haya indicado, de acuerdo con las previsiones establecidas por la disposición adicional decimoquinta y decimosexta de la LCSP y por la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del procedimiento administrativo común de las administraciones públicas.

Se entén por contrato basado cada necesidad publicitaria que tengan la Diputación de Barcelona y el resto de entes adheridos.

Para determinar la competencia para aprobar y adjudicar los contratos basados se tendrá en cuenta el presupuesto individual de cada contrato basado, de acuerdo con las delegaciones de competencias aprobadas a tal efecto por la Diputación de Barcelona o la normativa específica de cada uno de los entes adheridos.

### **2.1) Procedimiento de adjudicación de los contratos basados para los lotes 1 y 3.**

Dado que este acuerdo marco no prevé todos los términos de los contratos basados, de acuerdo con el artículo 221 apartados 4.b) y 5 de la LCSP el procedimiento de adjudicación de los contratos basados se realizará en las fases siguientes:

Fase 1. Licitación.

Fase 2. Adjudicación.

## **Fase 1. Licitación**

### **Invitación a las empresas y presentación de ofertas**

La Sección de Estrategia y Contratación Publicitaria del Gabinete de la Presidencia, a través del Servicio del BOP y otras Publicaciones Oficiales o la unidad responsable de la publicidad en el resto de entes adheridos, enviará una invitación a las empresas para que presenten oferta en cada uno de los contratos basados de acuerdo con los criterios de adjudicación (lote 1: precio, lote 3: precio y propuesta técnica).

Junto con la invitación se anexará :

En el caso del lote 1: el cuadro de características técnicas del contrato basado contendrá la información siguiente:

- Identificación del acuerdo marco en el que se basa.
- Objeto específico (campaña)
- Medio, formato y características de cada inserción.
- Precio máximo para el total de la campaña.
- Plazo de ejecución.
- Criterio de adjudicación (en los términos previstos más adelante en esta misma cláusula).
- Régimen de modificación del contrato basado.
- Plazo de finalización de las prestaciones del contrato basado.
- Responsable del contrato basado.

En el caso del lote 3:

- Identificación del acuerdo marco en el que se basa.
- Objeto específico (campaña)
- Briefing con la información técnica de la campaña.
- Precio máximo para el total de la campaña.
- Plazo de ejecución.
- Criterio de adjudicación (en los términos previstos más adelante en esta misma cláusula).
- Régimen de modificación del contrato basado.
- Plazo de finalización de las prestaciones del contrato basado.
- Responsable del contrato basado.

Una vez las empresas hayan recibido esta invitación, tendrán que presentar oferta, en el plazo máximo planteado en la invitación. Caso que dentro de este plazo no se haya dado ninguna respuesta, se entenderá que se declina la invitación

Para tomar parte en los contratos basados las empresas invitadas recibirán un enlace URL con la invitación, que los permitirá acceder en el portal "e-licita" de la Plataforma de contratación del sector público y presentar su propuesta vía telemática en un fichero ZIP, el cual tendrá que contener 1 archivo con la siguiente denominación:

Título del archivo: «Proposición relativa al contrato basado ....., nombre de la empresa y número de expediente» y tendrá que incorporar la correspondiente oferta de la empresa.

Para poder hacer el envío de su propuesta vía telemática la empresa licitadora se tiene que identificar y firmar con un certificado digital (nivel 3 o superior) de firma electrónica avanzada basada en un certificado cualificado o reconocido de firma electrónica emitido por las entidades de certificación del Consorcio Administración Abierta de Cataluña (Consorcio AOC), la Firma profesional, la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre, la Camerfirma o el DNI Electrónico.

Cualquier duda en relación a la presentación de la propuesta se puede consultar en la Sección de Estrategia y Contratación Publicitaria del Gabinete de la Presidencia en la dirección electrónica [acordmarcpublicitat@diba.cat](mailto:acordmarcpublicitat@diba.cat) en el caso de expedientes gestionados por la Diputación de Barcelona o al correo electrónico que se designe en el contrato basados por el resto de entes adheridos

Todas las empresas seleccionadas al acuerdo marco que hayan sido invitadas están obligadas a presentar oferta válida en la licitación para la adjudicación del contrato basado en este, siempre que no exista causa justificada que se tendrá que hacer llegar al órgano contratante del mismo modo que la oferta. Caso que todos los empresarios declinen la formulación de la oferta, el órgano de contratación podrá proceder a una nueva licitación que se regirá por las disposiciones generales de preparación, adjudicación y cumplimiento de los contratos de las administraciones públicas, según procedan, fijadas en los artículos 116 a 217, del libro Segundo, Título Y, capítulo Y de la LCSP.

## **Fase 2. Adjudicación**

Para el lote 1, únicamente se tendrá en cuenta el precio total más bajo.

Para el lote 3, se tendrán en cuenta los criterios siguientes:

- Precio (60% puntuación)
- Propuesta estratégica (40% puntuación)

### Puntuación de las ofertas:

Precio: Se asignará la máxima puntuación a la empresa que ofrezca el precio más bajo, 0 puntos a la empresa que no ofrezca mejora y el resto de ofertas se puntuarán de manera proporcional.

Propuesta estratégica seguirá este baremo de puntuación (con un máximo de 40 puntos):

|                                                                         |                 |
|-------------------------------------------------------------------------|-----------------|
| Coherencia de la propuesta estratégica                                  | Hasta 12 puntos |
| Idoneidad y elección de los influenciadores                             | Hasta 7 puntos  |
| Seguidores totales de cada influenciador                                | Hasta 4 puntos  |
| Calidad de la propuesta de contenido para cada influenciador            | Hasta 5 puntos  |
| Número de publicaciones totales                                         | Hasta 4 puntos  |
| Número de redes que incluye la propuesta                                | Hasta 3 puntos  |
| Impacto total de las publicaciones (alcance)                            | Hasta 3 puntos  |
| Justificación de las partidas económicas de la propuesta de presupuesto | Hasta 2 puntos  |

Las fechas de la campaña expresadas en la petición de la oferta son orientativas y pueden modificarse por circunstancias sobrevenidas o imprevistas por la Sección de Estrategia y Contratación Publicitaria del Gabinete de la Presidencia de la Diputación de Barcelona, o por la unidad responsable de la publicidad del resto de entes adheridos, en función de las necesidades de comunicación y del mercado.

#### **a.- Informe técnico de valoración**

Una vez agotada el plazo de presentación de ofertas la Sección de Estrategia y Contratación Publicitaria o la unidad responsable de la publicidad del resto de entes adheridos, harán el informe técnico de valoración de las ofertas de acuerdo con los criterios de adjudicación previstos:

- Para el lote 1, según los criterios previstos en el cuadro de características técnicas, y propondrá adjudicar el contrato basado a la empresa que ofrezca la oferta con el mejor precio.
- Para el lote 3, y según los criterios previstos al briefing librado, y propondrá adjudicar el contrato basado a la empresa que ofrezca la mejor ofrecida calidad-precio.

En el caso del lote 1, dado que todos los términos del contrato están ya definidos y solo se valorarán las propuestas económicas se tramitará un solo acuerdo donde se aprobará y adjudicará el contrato basado.

En el caso del lote 3, dado que será necesario aprobar un briefing y las empresas tendrán que presentar una propuesta técnica, se tramitarán dos acuerdos: uno de aprobación del expediente y el otro de adjudicación del contrato basado.

La adjudicación, que comporta la perfección del contrato, se aprobará antes de iniciar los trabajos objeto de los contratos basados.

### **b.- Publicación de adjudicación**

El acuerdo de adjudicación del contrato basado se publicará en el perfil de contratante corporativo, de acuerdo con aquello establecido en el artículo 221.6 f) LCSP.

### **2.2) Procedimiento de adjudicación de los contratos basados para el lote 2.**

**En cuanto al lote 2**, como solo hay una empresa seleccionada se realizará directamente el encargo a la empresa seleccionada mediante correo electrónico a la dirección facilitada por esta y presentará su factura una vez finalizada prestación.

El expediente de la contratación basada en el acuerdo marco se inicia y se configura en los términos establecidos en el cuadro de características técnicas del contrato basado contendrá la información siguiente:

- Identificación del acuerdo marco en el que se basa.
- Objeto específico (campaña)
- Medio, formato y características de cada inserción.
- Precio máximo para el total de la campaña.
- Plazo de ejecución.
- Régimen de modificación del contrato basado.
- Plazo de finalización de las prestaciones del contrato basado.
- Responsable del contrato basado.

|                                                                                       |
|---------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>3) DATOS RELATIVOS A LA EJECUCIÓN DEL ACUERDO MARCO Y DE LOS CONTRATOS BASADOS</b> |
|---------------------------------------------------------------------------------------|

### **3.1) Derechos y obligaciones de las partes**

Los derechos y las obligaciones de las partes serán, además de los que resulten del mismo acuerdo marco y de la normativa aplicable, en particular, los siguientes:

- El empresario con quien se haya formalizado el acuerdo marco tendrá la obligación de comunicar a la Diputación de Barcelona la variación de las circunstancias de acuerdo con las cuales fue seleccionado.
- La formalización del acuerdo marco no comporta para la Diputación de Barcelona y el resto de ente ningún tipo de obligación de adjudicar un número mínimo de contratos basados al empresario seleccionado.
- El empresario seleccionado tiene que disponer de todas las acreditaciones/habilitaciones legales que sean necesarias para desarrollar correctamente el objeto del contrato.
- El empresario con quien se haya formalizado el acuerdo marco tendrá que nombrar una persona de contacto, la cual será la interlocutora con la Diputación de Barcelona y los otros entes en calidad de representante autorizado del dicho emprendido.
- El contratista se obliga a adecuar su actividad, en el marco de su relación contractual con la Diputación de Barcelona y el resto de ente, a los principios éticos y a las reglas de conducta que permitan asegurar el cumplimiento de los principios de igualdad, de imparcialidad y de integridad, de objetividad y de transparencia y, en particular, se obliga a:
  - Facilitar a la Diputación la información establecida por la Ley 19/2014, de 29 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno y cualquiera de otra que le sea requerida de acuerdo con la normativa vigente.
  - Comunicar a la Diputación de Barcelona las posibles situaciones de conflicto de intereses u otras análogas de las que tenga conocimiento que afecten, directa o indirectamente, a la presente contratación y puedan poner en riesgo el interés público.

Por conflicto de intereses se entiende cualquier situación en la que el personal al servicio del órgano de contratación, que además participe en el desarrollo del procedimiento de licitación o pueda influir en su resultado, tenga directa o indirectamente un interés financiero, económico o personal que pueda parecer que compromete su imparcialidad e independencia en el contexto del mencionado procedimiento de licitación.
  - No celebrar ningún acuerdo con otros operadores económicos que, en el marco de la presente contratación, no respeten los principios de libre mercado y de competencia competitiva, absteniéndose de realizar ninguna práctica colusoria.

- Abstenerse de realizar, fomentar, proponer o promover cualquier tipo de práctica corrupta que afecte o pueda afectar la relación contractual en los términos previstos en el Código Penal vigente en cada momento.
- El personal dependiente del contratista para el cumplimiento de las prestaciones objeto de la presente contratación no tendrán ningún derecho ni vinculación ante la Diputación de Barcelona o el resto de ente.
- El contratista se obliga a facilitar toda la documentación que le sea requerida en relación con sus subcontratistas o suministradores en los términos del artículo 217 de la LCSP.
- El contratista tendrá que adscribir a la ejecución del contrato los medios personales y materiales que constan detallados en la cláusula 1.10 del presente pliego y el apartado 3 del Pliego de Prescripciones Técnicas (PPT). Esta obligación se considera esencial.

### **3.2) Condiciones especiales de ejecución de los contratos basados**

Las condiciones especiales de ejecución del contrato serán las que a continuación se indican:

- La empresa contratista tiene que garantizar la afiliación , el alta en la Seguridad Social y el pago de las cotizaciones de las personas trabajadoras destinadas a la ejecución del contrato.
- La empresa contratista tiene que garantizar el pago en tiempo y forma de los salarios del personal adscrito al contrato.
- La empresa contratista tiene que garantizar que el salario de las personas adscritas a la ejecución del contrato sean iguales para mujeres y hombres en aquellas categorías/grupos profesionales equivalentes.

Estas obligaciones se extenderán a todo el personal subcontratado por el contratista principal destinado a la ejecución del contrato. A efectos de comprobación, el contratista tendrá que remitir al órgano de contratación, cuando este lo solicite, una declaración en que consten los datos que permitan comprobar este cumplimiento.

- La empresa contratista, en toda la documentación, publicidad, imagen o materiales necesarios para la ejecución del contrato tiene que hacer un uso no sexista del lenguaje, evitar cualquier imagen discriminatoria de las mujeres o estereotipos sexistas, y tiene que fomentar con valores de igualdad la presencia equilibrada, la diversidad y la corresponsabilidad .

### **3.3) Modificación del acuerdo marco y de los contratos basados**

El acuerdo marco se podrá modificar por razones de interés público solo en los supuestos y en la forma prevista en los artículos 203 a 207 y concordantes de la LCSP y el resto de normativa aplicable.

Se prevé la modificación del acuerdo marco, justificándolo en el expediente, de acuerdo con las condiciones, alcance y límites siguientes:

En caso de que resultara insuficiente para hacer frente a las necesidades reales de la Diputación de Barcelona y del resto de entes adheridos, por un incremento en las estimaciones iniciales de campañas o acciones publicitarias que comporten un incremento de la contratación de los espacios de inserciones publicitarias o de acciones especiales de publicidad no convencional.

La modificación del acuerdo marco podrá afectar, como máximo, al alza el 20% del presupuesto base de licitación, IVA excluido.

Los porcentajes máximos a modificar por cada entidad que participa en el contrato será proporcional en el presupuesto fijado por cada una de ellas en la cláusula 1.3 del presente pliego.

En ningún caso los precios unitarios, descuentos, o comisiones resultantes de la modificación del acuerdo marco no podrán superar el 20% a los precios unitarios, descuentos, o comisiones anteriores a dicha modificación y en ningún caso podrán ser precios superiores a los que las empresas parte del acuerdo marco ofrezcan en el mercado para los mismos productos.

El procedimiento a seguir para la modificación será el siguiente:

Dos semanas antes de iniciar la tramitación de la modificación del contrato por el órgano competente, la Diputación de Barcelona comunicará a los contratistas los términos de la modificación –condiciones, importe, fecha de efectos- que tendrán que respetar los límites previstos en los apartados anteriores.

Una vez aprobada la modificación será notificada a los contratistas que tendrán que formalizar el correspondiente contrato en conformidad con el que establece el artículo 153 de la LCSP y firmar electrónicamente de acuerdo con las previsiones de la cláusula 1.19 del presente pliego, previo reajuste de la garantía, en su caso.

Si es necesario, los entes adheridos harán llegar al Gabinete de Presidencia la propuesta de modificación. En todos los casos será la Diputación la que tramitará la correspondiente modificación contractual.

### **3.4) Régimen de pago de los contratos basados**

El contratista presentará las correspondientes facturas una vez finalizados los servicios contratados en el contrato basado y su pago se realizará por la Diputación de Barcelona o por el ente adherido correspondiente, en los plazos establecidos en el artículo 198.4 LCSP, sin perjuicio que se le pueda exigir la presentación de los documentos de cotización del personal destinado a la ejecución del contrato, a los efectos de comprobar que se encuentra al corriente del cumplimiento de sus obligaciones con la Seguridad Social.

A las facturas se tendrá que incluir los datos recogidos en el cuadro de características técnicas aprobados al efecto en cuanto a los lotes 1 y 3 o los datos de facturación incluidas en el encargo en cuanto al lote 2.

Las facturas se tienen que presentar en el Registro de Facturas de la Diputación de Barcelona, dependiente de la Intervención General, que es el órgano que tiene las competencias en materia de contabilidad, y tienen que incluir la identificación del destinatario de la contratación. Para los servicios ofrecidos al Consorcio del Centro de Cultura Contemporánea de Barcelona (CCCB) o en la Red Audiovisual Local (CHAL), se tendrán que presentar según corresponda a cada ente, y tienen que incluir la identificación del destinatario de la contratación.

Las sociedades anónimas, las sociedades de responsabilidad limitada y el resto de entidades comprendidas en el artículo 4 de la Ley 25/2013, de 27 de diciembre, de impulso de la factura electrónica y creación del registro contable de facturas en el sector público, tienen que presentar facturas electrónicas de acuerdo con la normativa vigente, cumpliendo los requerimientos técnicos detallados en el portal de trámites del proveedor de la sede electrónica de la Diputación de Barcelona (<https://seuelectronica.diba.cat>).

En todas las facturas electrónicas la identificación de los centros gestores destinatarios se hará mediante los códigos DIR3 siguientes:

Diputación de Barcelona (NIF P0800000B)

|                     |                                                         |
|---------------------|---------------------------------------------------------|
| Oficina contable:   | GE0001058 - Intervención General - Registro de Facturas |
| Órgano gestor:      | GE0001029                                               |
| Unidad tramitadora: | GE0001029                                               |

Consorcio del Centro de Cultura Contemporánea de Barcelona CCCB (NIF P5800017E)

|                     |           |
|---------------------|-----------|
| Oficina contable:   | LA0006837 |
| Órgano gestor:      | LA0006837 |
| Unidad tramitadora: | LA0006837 |

Red Audiovisual Local, SL (NIF B65908337)

|                     |           |
|---------------------|-----------|
| Oficina contable:   | LA0005896 |
| Órgano gestor:      | LA0005896 |
| Unidad tramitadora: | LA0005896 |

### **3.5) Revisión de precios de los contratos basados**

No se admite la revisión de precios.

### **3.6) Penalizaciones de los contratos basados**

En caso de que la Diputación de Barcelona opte por no resolver el contrato, se impondrán al contratista las penalizaciones siguientes:

- 1) Si la empresa contratista incurriera en demora respecto del cumplimiento del plazo total o parcial por causas que le sean imputables, se impondrá una penalidad diaria del 2% precio del contrato basado, IVA excluido.
- 2) En caso de incumplimiento parcial o cumplimiento defectuoso, con el límite del 10% del precio del contrato, para cada penalidad, y con el límite del 50% en su conjunto, ambos IVA excluido, se impondrán:
  - Por el cumplimiento defectuoso de la prestación y/o por el incumplimiento parcial, se impondrán penalizaciones del 5% del precio del contrato basado, IVA excluido.
  - Por el incumplimiento del plazo de envío de resultados y comprobantes de las campañas previsto al apartado 2 del PPT o mejorado en su caso en la oferta, hecho que puede perjudicar la optimización de las campañas en marcha y la planificación estratégica de las campañas siguientes, se impondrá una penalidad diaria del 2% del contrato basado, IVA excluido.

- Por el incumplimiento de las condiciones especiales de ejecución del contrato se impondrá una penalidad equivalente al 10% del presupuesto del contrato basado, IVA excluido

En la tramitación del expediente, se dará audiencia al contratista porque pueda formular alegaciones, y el órgano de contratación resolverá, previa la emisión de los informes pertinentes.

Los importes de las penalizaciones que se impongan se harán efectivos mediante la deducción de las cantidades que, en concepto de pago, se tengan que abonar a la empresa contratista, o sobre la garantía que, si se tercia, se hubiera constituido, cuando no se puedan deducir los pagos mencionados.

En los supuestos de incumplimiento parcial o cumplimiento defectuoso o de demora en la ejecución en que no esté prevista penalidad, o esta no cubra los daños causados a la Diputación, se exigirá al contratista la indemnización por daños y perjuicios.

En caso de que los entes adheridos identifiquen incumplimientos contractuales, emitirán un informe y lo comunicarán al responsable del acuerdo marco. En todos los casos será la Diputación de Barcelona quien tramitará la correspondiente penalidad.

### **3.7) Causas de resolución del acuerdo marco y de los contratos basados**

Son causas de resolución del acuerdo marco y de los contratos basados, además de las previstas en los artículos 211 y concordantes de la LCSP, las siguientes:

- El hecho de incurrir el contratista en cualquier de las causas de prohibición para contratar con la Administración Pública estipuladas en el artículo 71 LCSP.
- El incumplimiento de las obligaciones esenciales del contrato previstas expresamente en los pliegos.

En caso de que los entes adheridos identifiquen incumplimientos contractuales, emitirán un informe y lo comunicarán al responsable del acuerdo marco. En todos los casos será la Diputación de Barcelona quien tramitará la correspondiente resolución.

### **3.8) Plazo de recepción de las prestaciones de los contratos basados**

No se establece plazo especial de recepción y regirá el plazo general de uno (1) mes a contar de la entrega o la realización del objeto del contrato basado en el acuerdo marco, recepción que se tendrá que formalizar mediante el documento acreditativo correspondiente.

### **3.9) Plazo de garantía de los contratos basados**

No se fija plazo de garantía del contrato basado en el acuerdo marco, dadas las características y la naturaleza de la presente contratación.

### **3.10) Subcontratación de los contratos basados**

El contratista podrá subcontratar válidamente la realización parcial del contrato, mediante comunicación previa y por escrito a la Diputación de Barcelona del subcontrato a celebrar, y en conformidad con los requisitos señalados en el artículo 215 de la LCSP.

Si no se ha indicado previamente en la oferta, el contratista comunicará por escrito a la Diputación de Barcelona, después de la adjudicación del contrato o al inicio de su ejecución, la intención de celebrar subcontratos o cualquier modificación de esta, indicando la parte de la prestación a subcontratar y su identidad, los datos de contacto y los representados legales del subcontratista así como justificando la aptitud de este para ejecutarla en conformidad con el establecido por la normativa y el presente pliego y que no está incurso en ningún supuesto de prohibición para contratar.

El contratista principal tendrá que notificar por escrito al órgano de contratación cualquier modificación que sufra esta información durante la ejecución del contrato principal, y toda la información necesaria sobre los nuevos subcontratistas.

La empresa contratista tiene que garantizar el pago de los servicios contratados a los terceros implicados en un periodo máximo de dos meses después de la finalización de la acción. Esta obligación se considera esencial.

### **3.11) Confidencialidad de la información**

La declaración de confidencialidad de los licitadores tiene que ser necesaria y proporcional a la finalidad o interés que se quiere proteger y tiene que determinar de forma expreso y justificada los documentos y/o los datos facilitados que consideren confidenciales. No se admiten declaraciones genéricas o no justificadas del carácter confidencial.

No tienen en ningún caso carácter confidencial la oferta económica de la empresa, ni los datos incluidos en el DEUC o declaración análoga.

De acuerdo con el arte 133.2 de la LCSP, el contratista tendrá que respetar el carácter confidencial de la información a la cual tenga acceso a causa de la ejecución del contrato.

El deber de confidencialidad tendrá una vigencia de 5 años a contar del conocimiento de la información de referencia.

En conformidad con el art. 133.1 de la LCSP, el órgano de contratación no podrá divulgar la información facilitada por los licitadores y designada, de forma exprés y justificada, por estos como confidencial.

En el caso de carencia de indicación se entenderá que la documentación facilitada no tiene carácter confidencial.

### **3.12) Régimen jurídico de la contratación**

El régimen jurídico del contrato se encuentra constituido por el presente Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares, por el Pliego de Prescripciones Técnicas Particulares, por la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, mediante la cual se trasponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014, y su normativa de despliegue, por el Decreto Ley 3/2016, de 31 de mayo, de medidas urgentes en materia de contratación pública, por el Pliego de Cláusulas Administrativas Generales de la Diputación de Barcelona publicado en el BOPV de 30 de diciembre de 2013 en aquello que no contradiga la normativa citada, así como por el resto de normativa legal aplicable.

### **3.13) Notificaciones y uso de medios electrónicos**

Las notificaciones derivadas del expediente de contratación del acuerdo marco se realizarán por la Diputación de Barcelona y las notificaciones derivadas de los contratos basados se realizarán por cada entidad que promueva el contrato basado. Todas las notificaciones se efectuarán por medios electrónicos.

Se efectuarán mediante un sistema que garantiza la puesta a disposición y el acceso a su contenido a través del servicio de notificaciones electrónicas e-NOTUM del Consorcio de la Administración Abierta de Cataluña (AOC).

El sistema enviará un correo electrónico a la dirección electrónica que a tal efecto se indique, en el cual se informará del depósito de la notificación. También se podrá enviar un SMS, en caso de que se haya facilitado un número de teléfono móvil.

El acceso a las notificaciones electrónicas será efectuado por el representante legal o las personas autorizadas en el apartado de notificaciones de la página web de la sede electrónica

<https://seuelectronica.diba.cat/serveis-de-la-seu/notificacions/>

Las notificaciones electrónicas se entenderán rechazadas a todos los efectos si, una vez se ha acreditado su puesta a disposición, han transcurrido diez (10) días naturales sin que se haya accedido a su contenido.

El uso de medios electrónicos en este procedimiento seguirá las instrucciones accesibles al Perfil de Contratante.

### **3.14) Obligaciones laborales, sociales, fiscales, de protección de datos personales, y medioambientales del contratista**

El contratista restará obligado al cumplimiento de las disposiciones vigentes en materia laboral, con obligación de cumplir las condiciones salariales de los trabajadores conforme el convenio colectivo sectorial de aplicación, de seguridad social, de seguridad y salud en el trabajo, de prevención de riesgos laborales, de integración social de las personas con discapacidad, de igualdad efectiva de mujeres y hombres, fiscal, de protección de datos personales tanto nacional como de la Unión Europea, y en materia medioambiental.

### **3.15) Seguros**

No es procedente.

### **3.16) Lugar de prestación de los contratos basados**

Los lugares fijados para la prestaciones de los servicios objeto de los contratos basados son las instalaciones de las empresas seleccionadas.

### **3.17) Responsable del acuerdo marco y de los contratos basados**

Se designa responsable del acuerdo marco, con las funciones previstas en el artículo 62 de la LCSP, en la jefa de la Sección de Estrategia y Contratación Publicitaria del Gabinete de la Presidencia

La responsable de los contratos basados (con las funciones previstas en el artículo 62 de la LCSP) será/n la/se persona/se que se indique/n en el respectivo documento de licitación.

La responsable no podrá, en ningún caso, ni por cuenta propia ni de altri, intervenir en este proceso de contratación como licitador.

En cualquier caso, la imposibilidad de intervención se extiende a las personas jurídicas en que el responsable o su cónyuge, convivientes y/o descendentes sobre los cuales

tengan representación legal ostenten una participación en su capital superior al 10% y/o sean administradores.

Los referentes designados por los entes adheridos comunicarán semanalmente al responsable del contrato las incidencias que se produzcan.

### **3.18) Protección de datos de carácter personal**

De acuerdo con el Reglamento europeo 2016/679, de 27 de abril, relativo a la protección de las personas físicas por lo que respecta al tratamiento de datos personales y la libre circulación de estos datos y por el cual se deroga la Directiva 95/46/CE, y la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales y resto de normativa estatal o autonómica que la desarrolle, se informa a la contratista y a su personal:

|                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|---------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Responsable del tratamiento</b>                | Diputación de Barcelona<br>Rambla Catalunya 126, 08008-Barcelona                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|                                                   | Datos de contacto del Delegado de protección de datos para consultas, quejas, ejercicio de derechos y comentarios relacionados con la protección de datos: <b>dpd@diba.cat</b>                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Finalidad del tratamiento</b>                  | Gestión y tramitación de los contratos del sector público de los órganos y unidades administrativas de la Diputación de Barcelona.                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>Tiempo de conservación</b>                     | Los datos serán conservados durante el tiempo previsto en la normativa de procedimiento administrativo, de contratación pública y de archivo histórico.                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Legitimación del tratamiento</b>               | Cumplimiento de obligaciones contractuales.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>Destinatarios de cesiones o transferencias</b> | Los datos identificativos de quienes suscriba el contrato pueden ser publicadas en la Plataforma de servicios de contratación pública de la Generalitat de Catalunya, que es donde se encuentra el perfil del contratante de la Diputación. No se han previsto otras cesiones más allá de las previstas por la ley.<br>No se ha previsto ninguna transferencia internacional de datos de los datos suministrados.             |
| <b>Derechos de las personas interesadas</b>       | Se pueden ejercer los derechos de acceso, rectificación, supresión y portabilidad de sus datos, y la limitación u oposición a su tratamiento a través de la Sede electrónica <a href="https://seuelectronica.diba.cat/serveis-de-la-seu/proteccions/default.asp">https://seuelectronica.diba.cat/serveis-de-la-seu/proteccions/default.asp</a> o presencialmente o por correo postal a Rambla Catalunya, 126, 08008 Barcelona |

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p>Sin perjuicio de cualquier otro recurso administrativo o acción judicial, todo interesado tendrá derecho a presentar una reclamación ante una autoridad de control, en particular en el Estado miembro en que tenga su residencia habitual, puesto de trabajo o lugar de la supuesta infracción, si considera que el tratamiento de datos personales que lo conciernen infringe el RGPD.</p> <p>Estando en Cataluña el APDCAT la autoridad de referencia <a href="http://apdcat.gencat.cat/ca/drets_i_obligacions/reclamar_i_denunciar/">http://apdcat.gencat.cat/ca/drets_i_obligacions/reclamar_i_denunciar/</a></p> |
|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Para la ejecución de las prestaciones derivadas del cumplimiento del objeto de este contrato no se prevé ningún tratamiento de datos. Por este motivo las empresas contratistas no podrán acceder a los documentos, archivos, sistemas y soportes que contengan datos de carácter personal sin autorización expreso del órgano competente de la Diputación. En el supuesto de que el personal vinculado al contratista tuviera acceso, directo o indirecto, a datos o informaciones de carácter personal, la empresa los exigirá el cumplimiento del deber de secreto respecto de los datos e informaciones a que hubieran podido tener acceso en el desarrollo de la actividad o servicio prestado, incluso después de finalizar la relación contractual, y la inmediata comunicación de esta violación de seguridad a la Diputación.

En el supuesto de que más adelante resultara necesario el acceso a datos personales la contratista y la Diputación establecerán por escrito las obligaciones de las partes para dar cumplimiento a las prescripciones previstas en la normativa vigente en materia de protección de datos de carácter personal.

### **3.19) Planificación preventiva en caso de concurrencia empresarial en los contratos basados**

No es procedente.

### **3.20) Sistema de determinación del precio**

En el caso del Acuerdo marco:

- Para el lote 1, el precio se ha fijado basándose en descuentos, precios y comisiones .
- Para el lote 2, el precio se ha fijado basándose en comisiones.
- Para el lote 3, el precio se ha fijado basándose en comisiones.

**3.21) Comprobaciones en el momento de la recepción de la calidad del objeto de los contratos basados**

La Diputación de Barcelona y el resto de entes adheridos se reservan la realización de comprobaciones sobre la calidad del objeto de los contratos basados, a su recepción de acuerdo con las previsiones de los PPT.

**3.22) Facultad de la Diputación de Barcelona sobre mantenimiento de estándares de calidad en la prestación del servicio**

El contratista tendrá que mantener los estándares de calidad y las prestaciones equivalentes a los criterios económicos que sirvieron de base para la adjudicación del contrato y el personal que adscriba a la prestación del servicio tendrá que observar los niveles mínimos de comportamiento y las reglas de decoro adecuados a la prestación contratada. Cuando alguna de las personas no observe estos niveles y reglas, la Diputación de Barcelona informará al contratista, que tendrá que sustituirla en el plazo más breve posible.

El contratista tendrá que disponer de personal suplente con la formación y la experiencia suficientes para poder sustituir las personas que presten los servicios objeto del contrato en supuestos de vacaciones, ausencias y/o enfermedades.

**3.23) Información sobre las condiciones de subrogación en contratos de trabajo**

No es procedente

**3.24) Propiedad de los trabajos de los contratos basados**

Cualquier trabajo desarrollado durante la vigencia del contrato por parte de la empresa contratada es propiedad de la Diputación de Barcelona o del resto de entes adheridos.

**ANEXO 1****PARA LOS 3 LOTES**

**PLIEGO DE CLÁUSULAS ADMINISTRATIVAS PARTICULARES APLICABLE AL ACUERDO MARCO PARA LA SELECCIÓN DE VARIAS EMPRESAS PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE GESTIÓN PARA LA INSERCIÓN DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL, DE LA DIPUTACIÓN DE BARCELONA Y DE LOS ENTES ADHERIDOS, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EN OTROS SERVICIOS DE PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN (DIVIDIDO EN 3 LOTES)**

---

Expediente n.º: 2021/0017872

**MODELO DE DECLARACIÓN RESPONSABLE  
PARA EL CUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVA NACIONAL**

El Sr./La Sra. .... con NIF n.º ....., en nombre propio / en representación de la empresa ....., en calidad de ....., y según escritura pública autorizada ante notario ....., en fecha ..... y con número de protocolo ..... /o documento ....., CIF n.º ....., domiciliada en ..... calle ....., n.º ....., (*persona de contacto* ....., *dirección de correo electrónico:* ....., *teléfono n.º* ..... y *fax n.º* .....), opta a la contratación relativa a (consignáis *el objeto del contrato*) y DECLARA RESPONSABLEMENTE:

- Que, en caso de que las actividades objeto del contrato impliquen contacto habitual con menores de edad, dispone de las certificaciones legalmente establecidas y vigentes para acreditar que todas las personas que se adscriban a la realización de las dichas actividades no han sido condenadas por sentencia firme por algún delito contra la libertad e indemnidad sexuales.
- Que cumple todos los deberes que en materia preventiva establece la Ley 31/1995, de 8 de noviembre, de prevención de riesgos laborales, y que dispone de los recursos humanos y técnicos necesarios para hacer frente a las obligaciones que puedan derivarse del Real Decreto 171/2004, de 30 de enero, por el cual se desarrolla el artículo 24 de la Ley 31/1995, en materia de coordinación de actividades empresariales.
- Que, en caso de que se trate de empresa extranjera, se somete a la jurisdicción de los juzgados y tribunales españoles.

- Que la plantilla de la empresa está integrada por un número de personas trabajadoras con discapacidad no inferior al 2% o que se ha adoptado alguna de las medidas alternativas previstas en la legislación vigente.

☐ SÍ                      ☐ NO                      ☐ NO obligado por normativa

- Que la empresa dispone de un plan de igualdad de oportunidades entre las mujeres y los hombres.

☐ SÍ                      ☐ NO                      ☐ NO obligado por normativa

- Que reúne algún/s de los criterios de desempate previstos en el PCAP.

☐ SÍ                      ☐ NO

- Respecto al impuesto sobre el valor añadido (IVA), la empresa:

☐ Está sujeta al IVA.

☐ Está no sujeta o exenta del IVA y son vigentes las circunstancias que dieron lugar a la no sujeción o la exención.

- Respecto al impuesto de actividades económicas (IAE), la empresa:

☐ Está sujeta al IAE.

☐ Está no sujeta o exenta del IAE y son vigentes las circunstancias que dieron lugar a la no sujeción o a la exención.

- Que en el supuesto de que el contrato requiera que el contratista haga tratamiento de datos personales según la cláusula 2.19 del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares indicar la siguiente información:

- ☐ No tiene previsto subcontratar los servidores ni los servicios asociados a estos  
☐ Tiene previsto subcontratar los servidores o los servicios asociados a estos

|                                                                                                                                                                                        |  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| En el caso de subcontratación, indicar el nombre o perfil empresarial del subcontratista que se tendrá que definir por referencia a las condiciones de solvencia profesional o técnica |  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|

- Se designa como persona/se autorizada/se para recibir el aviso de las notificaciones, comunicaciones y requerimientos por medios electrónicos a :

| Persona/se autorizada/se | DNI | Correo electrónico profesional | Móvil profesional |
|--------------------------|-----|--------------------------------|-------------------|
|                          |     |                                |                   |
|                          |     |                                |                   |

*Camps obligatorios.*

Si la dirección electrónica o el número de teléfono móvil facilitadas a efectos de aviso de notificación, comunicaciones y requerimientos quedaran en desuso, se tendrá que comunicar la dicha circunstancia, por escrito, a la Diputación de Barcelona para hacer la modificación correspondiente o revocar la autorización de notificación electrónica.

El licitador/contratista declara que ha obtenido el consentimiento expreso de las personas a quienes autoriza para recibir las notificaciones, comunicaciones y requerimientos derivadas de esta contratación, para que la Diputación de Barcelona pueda facilitarlas al servicio e-Notum a estos efectos.

- Que, en el supuesto de que formulen ofertas emprendidas vinculadas, el grupo empresarial a que pertenecen se (..... *indicáis las empresas que lo componen.....*).

**ANEXO 2****PARA EL LOTE 1 – CAMPAÑAS MULTIMEDIA**

**PLIEGO DE CLÁUSULAS ADMINISTRATIVAS PARTICULARES APLICABLE AL ACUERDO MARCO PARA LA SELECCIÓN DE VARIAS EMPRESAS PARA LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS DE GESTIÓN PARA LA INSERCIÓN DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL, DE LA DIPUTACIÓN DE BARCELONA Y DE LOS ENTES ADHERIDOS, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EN OTROS SERVICIOS DE PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN (DIVIDIDO EN 3 LOTES)**

---

Expediente n.º: 2021/0017872

**MODELOS DE PROPOSICIÓN EVALUABLE DE ACUERDO CON LOS CRITERIOS AUTOMÁTICOS PARA EL LOTE 1**

El Sr./La Sra. .... con NIF n.º ....., en nombre propio / en representación de la empresa ....., CIF n.º ....., domiciliada en ....., CP: ....., calle ....., n.º ....., dirección electrónica: ..... enterado/da de las condiciones exigidas para optar a la contratación relativa *(a consignar objeto del contrato y lotes , si procede )*....., se compromete a llevarla a cabo con sujeción a los Pliegos de Prescripciones Técnicas Particulares y de Cláusulas Administrativas Particulares de acuerdo con la oferta económica siguiente, la cual incluye todos los conceptos relacionados con los servicios a prestar.

**Lote 1 - Multimedia - Medio impreso**

400 puntos

| Soportes                                                  |                                                    | Descuento mínimo (%) en<br>publicidad y/o redaccional | Descuento mínimo (%) ofertado en publicidad y/o<br>redaccional           | Puntuación |
|-----------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|------------|
| Prensa general,<br>deportiva y<br>económica               | La Vanguardia                                      | 35%                                                   |                                                                          | 20         |
|                                                           | El Periódico de Catalunya                          | 25%                                                   |                                                                          | 20         |
|                                                           | Ara                                                | 50%                                                   |                                                                          | 18         |
|                                                           | El Punt Avui                                       | 30%                                                   |                                                                          | 18         |
|                                                           | Otros prensa general de ámbito Cataluña y España   | 25%                                                   |                                                                          | 18         |
|                                                           | 20 Minutos                                         | 60%                                                   |                                                                          | 18         |
|                                                           | Otros prensa gratuita de ámbito Cataluña y España  | 20%                                                   |                                                                          | 18         |
|                                                           | El Mundo Deportivo                                 | 35%                                                   |                                                                          | 16         |
|                                                           | Sport                                              | 25%                                                   |                                                                          | 16         |
|                                                           | L'Esportiu                                         | 30%                                                   |                                                                          | 16         |
|                                                           | Otros prensa deportiva de ámbito Cataluña y España | 40%                                                   |                                                                          | 14         |
|                                                           | Prensa económica de ámbito Cataluña y España       | 40%                                                   |                                                                          | 14         |
|                                                           | Prensa de ámbito internacional                     | 10%                                                   |                                                                          | 12         |
| Prensa comarcal y<br>local                                | El 9 Nou                                           | 12%                                                   |                                                                          | 16         |
|                                                           | Regió 7                                            | 22%                                                   |                                                                          | 16         |
|                                                           | El 3 de vuit                                       | 20%                                                   |                                                                          | 14         |
|                                                           | Diari de Sabadell                                  | 30%                                                   |                                                                          | 14         |
|                                                           | Diari de Terrassa                                  | 30%                                                   |                                                                          | 14         |
|                                                           | El Segre                                           | 10%                                                   |                                                                          | 12         |
|                                                           | La Mañana                                          | 10%                                                   |                                                                          | 12         |
|                                                           | Diari de Tarragona                                 | 10%                                                   |                                                                          | 12         |
|                                                           | Més Tarragona                                      | 25%                                                   |                                                                          | 12         |
|                                                           | Diari de Girona                                    | 15%                                                   |                                                                          | 12         |
|                                                           | Otros prensa comarcal y local de ámbito Cataluña   | 15%                                                   |                                                                          | 10         |
| Revistas y<br>suplementos                                 | Revistas y suplementos de ámbito Cataluña          | 10%                                                   |                                                                          | 12         |
|                                                           | Revistas y suplementos de ámbito España            | 40%                                                   |                                                                          | 12         |
|                                                           | Revistas de ámbito internacional                   | 10%                                                   |                                                                          | 8          |
| Descuento (%) en<br>esquelas y<br>anuncios oficiales      | Prensa generalista Catalunya y España              | 0%                                                    |                                                                          | 2          |
|                                                           | Prensa comarcal y local de ámbito Catalunya        | 0%                                                    |                                                                          | 2          |
| Comisión de agencia máxima aplicada al medio impreso (%): |                                                    | 2%                                                    | Comisión de agencia máxima<br>ofertada aplicada al medio impreso<br>(%): | 2          |

Document signat electrònicament. Firmes vàlides. És còpia autèntica de l'original electrònic.

Codi Segur de Verificació (CSV): 1f4a22b3ff924a12ad79 Adreça de validació: <https://seuelectronica.diba.cat>

**Lote 1 - Multimedia - Medios digitales**

400 puntos

| Soportes                                                           |                                                       | CPM máximo (€)<br>para robapáginas y<br>megabaner | CPM máxim (€)<br>ofertado para<br>robapáginas y<br>megabaner                | Puntuación | CPM máximo (€)<br>para Pre-roll 20" /<br>Robavideo                                       | CPM máximo (€)<br>ofertado para Pre-<br>roll 20" / Robavideo                                      | Puntuación | Descuento mínimo (%)<br>para todos los<br>formatos no<br>especificados en este<br>modelo | Descuento mínimo (%)<br>ofertado para todos los<br>formatos no<br>especificados en este<br>modelo | Puntuación |
|--------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|------------|------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| Webs de<br>noticias y<br>televisión                                | lavanguardia.com                                      | 7 €                                               |                                                                             | 12         | 12 €                                                                                     |                                                                                                   | 12         | 30%                                                                                      |                                                                                                   | 12         |
|                                                                    | elperiodico.com                                       | 6 €                                               |                                                                             | 12         | 15 €                                                                                     |                                                                                                   | 12         | 30%                                                                                      |                                                                                                   | 12         |
|                                                                    | ara.cat                                               | 5 €                                               |                                                                             | 10         | 10 €                                                                                     |                                                                                                   | 10         | 30%                                                                                      |                                                                                                   | 10         |
|                                                                    | naciodigital.cat                                      | 6 €                                               |                                                                             | 10         | 15 €                                                                                     |                                                                                                   | 10         | 30%                                                                                      |                                                                                                   | 10         |
|                                                                    | vilaweb.cat                                           | 6 €                                               |                                                                             | 10         | 10 €                                                                                     |                                                                                                   | 10         | 30%                                                                                      |                                                                                                   | 10         |
|                                                                    | elpuntavui.cat                                        | 7 €                                               |                                                                             | 10         | 12 €                                                                                     |                                                                                                   | 10         | 30%                                                                                      |                                                                                                   | 10         |
|                                                                    | 20minutos.com                                         | 7 €                                               |                                                                             | 10         | 15 €                                                                                     |                                                                                                   | 10         | 30%                                                                                      |                                                                                                   | 10         |
|                                                                    | elmon.cat                                             | 8 €                                               |                                                                             | 10         | 10 €                                                                                     |                                                                                                   | 10         | 30%                                                                                      |                                                                                                   | 10         |
|                                                                    | elnacional.cat                                        | 8 €                                               |                                                                             | 10         | 12 €                                                                                     |                                                                                                   | 10         | 30%                                                                                      |                                                                                                   | 10         |
|                                                                    | Otras webs de noticias de ámbito<br>Cataluña y España | 8 €                                               |                                                                             | 8          | 15 €                                                                                     |                                                                                                   | 8          | 30%                                                                                      |                                                                                                   | 8          |
| Webs de CCMA                                                       |                                                       | 7 €                                               |                                                                             | 8          | 15 €                                                                                     |                                                                                                   | 8          | 30%                                                                                      |                                                                                                   | 8          |
| Soportes                                                           |                                                       | CPM máximo (€)<br>para formatos<br>standard IAB   | CPM máximo (€)<br>ofertado para<br>formatos<br>standard IAB                 | Puntuación | Descuento mínimo<br>(%) para todos los<br>formatos no<br>especificados en<br>este modelo | Descuento mínimo<br>(%) ofertado para<br>todos los formatos<br>no especificados<br>en este modelo | Puntuación |                                                                                          |                                                                                                   |            |
| Webs de las<br>asociaciones                                        | Webs de la ACPC                                       | 10 €                                              |                                                                             | 5          | 30%                                                                                      |                                                                                                   | 5          |                                                                                          |                                                                                                   |            |
|                                                                    | Webs de la APPEC                                      | 10 €                                              |                                                                             | 5          | 35%                                                                                      |                                                                                                   | 5          |                                                                                          |                                                                                                   |            |
|                                                                    | Webs de la AMIC                                       | 10 €                                              |                                                                             | 5          | 20%                                                                                      |                                                                                                   | 5          |                                                                                          |                                                                                                   |            |
| Otras                                                              | Webs de viajes / turismo / ocio / niños               | 8 €                                               |                                                                             | 5          | 15%                                                                                      |                                                                                                   | 5          |                                                                                          |                                                                                                   |            |
|                                                                    | Otras webs de ámbito Cataluña                         |                                                   |                                                                             |            | 20%                                                                                      |                                                                                                   | 4          |                                                                                          |                                                                                                   |            |
|                                                                    | Otras webs de ámbito España                           |                                                   |                                                                             |            | 30%                                                                                      |                                                                                                   | 4          |                                                                                          |                                                                                                   |            |
|                                                                    | Otras webs de ámbito internacional                    |                                                   |                                                                             |            | 10%                                                                                      |                                                                                                   | 4          |                                                                                          |                                                                                                   |            |
| Móviles y otros dispositivos                                       |                                                       |                                                   |                                                                             |            | 30%                                                                                      |                                                                                                   | 4          |                                                                                          |                                                                                                   |            |
| Costes tecnológicos (sin comisión de agencia aplicado)             |                                                       |                                                   |                                                                             |            | CPM máximo (€)                                                                           | CPM máximo (€)<br>ofertado                                                                        | Puntuación |                                                                                          |                                                                                                   |            |
| En concepto del peso del anuncio                                   |                                                       | Rich media (sin video) hasta 300kb                |                                                                             |            | 0,50 €                                                                                   |                                                                                                   | 2          |                                                                                          |                                                                                                   |            |
|                                                                    |                                                       | Rich media (con video) más de 300kb               |                                                                             |            | 0,70 €                                                                                   |                                                                                                   | 2          |                                                                                          |                                                                                                   |            |
| En concepto del control de la campaña                              |                                                       |                                                   |                                                                             |            | 0,07 €                                                                                   |                                                                                                   | 2          |                                                                                          |                                                                                                   |            |
| Comisión de agencia máxima aplicada a los medios<br>digitales (%): |                                                       | 5,00%                                             | Comisión de agencia máxima ofertada aplicada a los<br>medios digitales (%): |            |                                                                                          |                                                                                                   | 8          |                                                                                          |                                                                                                   |            |

**Lote 1 - Multimedia - Radio**

300 puntos

| Soportes                                                            | Horario prime time (PT) | Descuento mínimo (%) en horario prime time (PT)                  | Descuento mínimo (%) ofertado en horario prime time (PT) | Puntuación | Descuento mínimo (%) para el resto de días y franjas horarias de las emisoras con PT especificado y para todos los días y franjas de las emisoras sin PT especificado | Descuento mínimo (%) ofertado para el resto de días y franjas horarias de las emisoras con PT especificado y para todos los días y franjas de las emisoras sin PT especificado | Puntuación |
|---------------------------------------------------------------------|-------------------------|------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| Catalunya Ràdio                                                     | lu-vi 7:00-9:00h.       | 45%                                                              |                                                          | 14         | 60%                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                | 10         |
| Catalunya Informació                                                | lu-vi 7:00-9:00h.       | 70%                                                              |                                                          | 14         | 75%                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                | 10         |
| Resto de emisoras de la CCMA                                        |                         |                                                                  |                                                          |            | 30%                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                | 10         |
| Rac 1                                                               | lu-vi 08:00-09:00h.     | 50%                                                              |                                                          | 14         | 60%                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                | 10         |
| Rac 105                                                             | lu-vi 08:00-09:00h.     | 50%                                                              |                                                          | 14         | 60%                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                | 10         |
| Ser                                                                 | lu-vi 08:00-10:00h.     | 65%                                                              |                                                          | 14         | 70%                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                | 10         |
| Ser Catalunya                                                       | lu-vi 08:00-10:00h.     | 65%                                                              |                                                          | 14         | 30%                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                | 10         |
| 40 Principales                                                      | lu-vi 08:00-10:00h.     | 65%                                                              |                                                          | 10         | 70%                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                | 10         |
| Flaix FM i Flaixbac                                                 | lu-vi 08:00-10:00h.     | 55%                                                              |                                                          | 10         | 60%                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                | 10         |
| Onda Cero                                                           | lu-vi 08:00-10:00h.     | 60%                                                              |                                                          | 14         | 65%                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                | 10         |
| Cope                                                                | lu-vi 07:00-9:00h.      | 70%                                                              |                                                          | 8          | 75%                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                | 8          |
| Ràdio Estel                                                         | todas las franjas       | 10%                                                              |                                                          | 6          | 10%                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                | 8          |
| Ràdio Teletaxi                                                      | todas las franjas       | 40%                                                              |                                                          | 6          | 50%                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                | 8          |
| Otras radios de ámbito catalán                                      |                         |                                                                  |                                                          |            | 20%                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                | 8          |
| Radios de ámbito español                                            |                         |                                                                  |                                                          |            | 20%                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                | 6          |
| Radios de ámbito internacional                                      |                         |                                                                  |                                                          |            | 5%                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                | 6          |
| Podcast de emisoras convencionales (cuña preroll previa escucha)    | todas las franjas       | 70%                                                              |                                                          | 8          |                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                |            |
| Radios exclusivamente digitales, podcast y otros formatos digitales | todas las franjas       | 10%                                                              |                                                          | 8          |                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                |            |
| Comisión de agencia máxima aplicada al medio radio (%):             | 2,00%                   | Comisión de agencia máxima ofertada aplicada al medio radio (%): |                                                          | 2          |                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                |            |

**Lote 1 - Multimedia - Televisión**

200 puntos

| Soportes                                                                                            | Concepto                   | Precio (€) o descuento mínimo (%), en función de los conceptos        | Precio (€) o descuento mínimo (%) ofertado, en función de los conceptos | Puntuación |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|-----------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|------------|
| TV3 (con 45% prime time)                                                                            | C/GRP 20" máximo - Ind 16+ | 315 €                                                                 |                                                                         | 18         |
| TV3                                                                                                 | descuento mínimo           | 40%                                                                   |                                                                         | 18         |
| Resto de cadenas de televisión de la CCMA                                                           | descuento mínimo           | 40%                                                                   |                                                                         | 18         |
| 8TV (con 55% prime time)                                                                            | C/GRP 20" máximo - Ind 16+ | 115 €                                                                 |                                                                         | 15         |
| 8TV                                                                                                 | descuento mínimo           | 50%                                                                   |                                                                         | 15         |
| BeTeVé                                                                                              | descuento mínimo           | 80%                                                                   |                                                                         | 15         |
| TeVeCat                                                                                             | descuento mínimo           | 20%                                                                   |                                                                         | 15         |
| Canal Taronja-Televisió Berguedà                                                                    | descuento mínimo           | 10%                                                                   |                                                                         | 15         |
| El 9 Televisió                                                                                      | descuento mínimo           | 10%                                                                   |                                                                         | 15         |
| Televisiones locales y comarcales o cualquiera de ámbito catalán                                    | descuento mínimo           | 10%                                                                   |                                                                         | 14         |
| Televisiones de ámbito español                                                                      | descuento mínimo           | 50%                                                                   |                                                                         | 14         |
| Televisiones de ámbito internacional                                                                | descuento mínimo           | 10%                                                                   |                                                                         | 14         |
| Televisiones exclusivamente digitales y plataformas de <i>streaming</i> de VOD (video bajo demanda) | CPM máximo                 | 22 €                                                                  |                                                                         | 12         |
| Comisión de agencia máxima aplicada al medio televisión (%):                                        | 2,00%                      | Comisión de agencia máxima ofertada aplicada al medio televisión (%): |                                                                         | 2          |

**Lote 1 - Multimedia - Medio exterior**

200 puntos

| Soportes                                                   | Precio máximo (€) o descuento mínimo (%), en función del concepto | Precio máximo (€) o descuento mínimo (%) ofertado, en función del concepto | Puntuación |
|------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|------------|
| Opis metro Red metropolitana Barcelona                     | 20%                                                               |                                                                            | 20         |
| Carteles de escaleras metro Red metropolitana Barcelona    | 30%                                                               |                                                                            | 20         |
| Opis Ferrocarriles de la Generalitat                       | 25%                                                               |                                                                            | 14         |
| Opis Renfe (Rodalías y estaciones)                         | 25%                                                               |                                                                            | 14         |
| Opis en paradas autobús y mobiliario urbano exterior       | 15%                                                               |                                                                            | 14         |
| Vallas publicitarias                                       | 25%                                                               |                                                                            | 10         |
| Autobuses urbanos Barcelona ciudad                         | 25%                                                               |                                                                            | 10         |
| Autobuses interurbanos Catalunya                           | 20%                                                               |                                                                            | 10         |
| Tranvías Barcelona                                         | 20%                                                               |                                                                            | 10         |
| Circuitos medianeras Barcelona ciudad                      | 30%                                                               |                                                                            | 10         |
| Aeropuerto Barcelona                                       | 15%                                                               |                                                                            | 10         |
| Pantallas en el metro                                      | 25%                                                               |                                                                            | 10         |
| Pantallas en el autobús                                    | 35%                                                               |                                                                            | 10         |
| Pantallas en el FGC                                        | 15%                                                               |                                                                            | 10         |
| Opis Blipvert (ámbito local)                               | 20%                                                               |                                                                            | 10         |
| Cine CPM 20" impactos (garantía de espectadores)           | 35 €                                                              |                                                                            | 10         |
| Otros                                                      | 10%                                                               |                                                                            | 6          |
| Comisión de agencia máxima aplicada al medio exterior (%): | 2,00%                                                             | Comisión de agencia máxima ofertada aplicada al medio exterior (%):        | 2          |

**Lote 1 - Criterio Reducción de plazo**

50 puntos

|                                                                             | Días |
|-----------------------------------------------------------------------------|------|
| Plazo máximo para la entrega de comprobantes y resultados                   | 20   |
| Plazo propuesto por la agencia para la entrega de comprobantes y resultados |      |

**ANEXO 3****PARA EL LOTE 2 – CAMPAÑAS EN REDES SOCIALES Y BUSCADORES**

**PLIEGO DE CLÁUSULAS ADMINISTRATIVAS PARTICULARES APLICABLE AL ACUERDO MARCO PARA LA SELECCIÓN DE VARIAS EMPRESAS PARA LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS DE GESTIÓN PARA LA INSERCIÓN DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL, DE LA DIPUTACIÓN DE BARCELONA Y DE LOS ENTES ADHERIDOS, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EN OTROS SERVICIOS DE PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN (DIVIDIDO EN 3 LOTES)**

Expediente n.º: 2021/0017872

**MODELOS DE PROPOSICIÓN EVALUABLE DE ACUERDO CON LOS CRITERIOS AUTOMÁTICOS PARA EL LOTE 2**

El Sr./La Sra. .... con NIF n.º ....., en nombre propio / en representación de la empresa ....., CIF n.º ....., domiciliada en ....., CP: ....., calle ....., n.º ....., dirección electrónica: ..... enterado/da de las condiciones exigidas para optar a la contratación relativa *(a consignar objeto del contrato y lotes , si procede )*....., se compromete a llevarla a cabo con sujeción a los Pliegos de Prescripciones Técnicas Particulares y de Cláusulas Administrativas Particulares de acuerdo con la oferta económica siguiente, la cual incluye todos los conceptos relacionados con los servicios a prestar.

**Cuadro valoración automática**
**Lote 2 - Criterio comisión de agencia**  
 100 puntos

| Campaña con una inversión de: | % comisión máxima de agencia | % comisión de agencia propuesta | Puntuación máxima |
|-------------------------------|------------------------------|---------------------------------|-------------------|
| Hasta 1.000 €                 | 22%                          |                                 | 20                |
| De 1.001 € hasta 5.000 €      | 20%                          |                                 | 20                |
| De 5.001 € hasta 15.000 €     | 18%                          |                                 | 20                |
| De 15.001 € hasta 30.000 €    | 16%                          |                                 | 15                |
| De 30.001 € hasta 100.000 €   | 14%                          |                                 | 15                |
| A partir de 101.000 €         | 12%                          |                                 | 10                |

**Otros criterios de valoración automática**
**Lote 2 - Criterio reducción de plazo**  
 20 puntos

|                                                                             | Días |
|-----------------------------------------------------------------------------|------|
| Plazo máximo para la entrega de comprobantes y resultados                   | 15   |
| Plazo propuesto por la agencia para la entrega de comprobantes y resultados |      |

**ANEXO 4****LOTE 3 – ACCIONES ESPECIALES DE PUBLICIDAD NO CONVENCIONAL**

**PLIEGO DE CLÁUSULAS ADMINISTRATIVAS PARTICULARES APLICABLE AL ACUERDO MARCO PARA LA SELECCIÓN DE VARIAS EMPRESAS PARA LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS DE GESTIÓN PARA LA INSERCIÓN DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL, DE LA DIPUTACIÓN DE BARCELONA Y DE LOS ENTES ADHERIDOS, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EN OTROS SERVICIOS DE PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN (DIVIDIDO EN 3 LOTES)**

---

Expediente n.º: 2021/0017872

**MODELOS DE PROPOSICIÓN EVALUABLE DE ACUERDO CON LOS CRITERIOS  
AUTOMÁTICOS PARA EL LOTE 3**

El Sr./La Sra. .... con NIF n.º ....., en nombre propio / en representación de la empresa ....., CIF n.º ....., domiciliada en ....., CP: ....., calle ....., n.º ....., dirección electrónica: ..... enterado/da de las condiciones exigidas para optar a la contratación relativa *(a consignar objeto del contrato y lotes , si procede )*....., se compromete a llevarla a cabo con sujeción a los Pliegos de Prescripciones Técnicas Particulares y de Cláusulas Administrativas Particulares de acuerdo con la oferta económica siguiente, la cual incluye todos los conceptos relacionados con los servicios a prestar.

**Cuadro valoración automática**
**Lote 3 - Criterio comisión de agencia**  
 110 puntos

| Campaña con una inversión de: | % comisión máxima de agencia | % comisión de agencia propuesta | Puntuación máxima |
|-------------------------------|------------------------------|---------------------------------|-------------------|
| Hasta 1.000 €                 | 25%                          |                                 | 15                |
| De 1.001 € hasta 5.000 €      | 23%                          |                                 | 20                |
| De 5.001 € hasta 15.000 €     | 22%                          |                                 | 30                |
| De 15.001 € hasta 30.000 €    | 21%                          |                                 | 15                |
| De 30.001 € hasta 100.000 €   | 20%                          |                                 | 15                |
| A partir de 101.000 €         | 18%                          |                                 | 15                |

**Otros criterios de valoración automática**
**Lote 3 - Criterio reducción de plazo**  
 10 puntos

|                                                                             | Dies |
|-----------------------------------------------------------------------------|------|
| Plazo máximo para la entrega de comprobantes y resultados                   | 15   |
| Plazo propuesto por la agencia para la entrega de comprobantes y resultados |      |

## ANEXO 5

### LOTE 3 ACCIONES ESPECIALES DE PUBLICIDAD NO CONVENCIONAL

**PLIEGO DE CLÁUSULAS ADMINISTRATIVAS PARTICULARES APLICABLE AL ACUERDO MARCO PARA LA SELECCIÓN DE VARIAS EMPRESAS PARA LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS DE GESTIÓN PARA LA INSERCIÓN DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL, DE LA DIPUTACIÓN DE BARCELONA Y DE LOS ENTES ADHERIDOS, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EN OTROS SERVICIOS DE PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN (DIVIDIDO EN 3 LOTES)**

---

Expediente n.º: 2021/0017872

### **BRIEFING PARA LA PROPUESTA EVALUABLE DE ACUERDO CON LOS CRITERIOS DE JUICIO DE VALOR PARA EL LOTE 3**

#### **BRIEFING**

**Campaña Barcelona es mucho más: turismo para gente curiosa**

#### **Antecedentes**

**Barcelona es mucho más** es la marca turística de las comarcas de Barcelona y está gestionada por la Diputación de Barcelona a través de la Gerencia de Servicios de Turismo. Barcelona es mucho más es una marca turística con una amplia experiencia en acciones de promoción tanto tradicionales como más innovadoras. (Más información en [www.barcelonaesmoltmes.cat](http://www.barcelonaesmoltmes.cat)).

Desde 2013 la marca está presente en las redes sociales con perfiles en las principales plataformas y más de 150.000 **seguidores**. Desde entonces se han realizado acciones con influenciadores locales, de ámbito español e internacionales y cuenta con una comunidad activa y comprometida especialmente en Instagram con más de 540.000 **publicaciones** etiquetadas con #BCNmoltmes.

Los diferentes perfiles sociales de la marca turística **Barcelona es mucho más** son:

- **Facebook:** publicaciones en catalán, castellano, inglés y francés. 75 K seguidores. <https://www.facebook.com/barcelonaesmolmes>
- **Instagram:** publicaciones en catalán, castellano, inglés y francés. 59 K seguidores. <https://www.instagram.com/bcnmolmes/>
- **Twitter:** publicaciones en catalán, castellano, inglés y francés. 16 K seguidores.  
<https://twitter.com/bcnmolmes/>

El hashtag principal de la marca es: #BCNmolmes

Actualmente se está trabajando de manera especial el concepto «**Turismo para gente curiosa**», una línea de trabajo de **Barcelona es mucho más** que busca promover ofertas turísticas de las comarcas de Barcelona pensadas especialmente para las personas, de ámbito catalán, que tienen interés para entender y descubrir propuestas turísticas de proximidad innovadoras y curiosas.

Ejemplos de estas propuestas son: disfrutar de las fiestas castelleras, hacer rutas enoturísticas, scape rooms en lugares y casas singulares con sello turístico, descubrir museos locales dedicados a temas no tan conocidos (como el Museo de las Matemáticas en Cornellà del Llobregat), disfrutar del Berguedà haciendo raquetas de nieve, hacer rutas teatralizadas por los parques naturales, y un largo etcétera de propuestas que podréis encontrar en:  
<https://blog.barcelonaesmolmes.cat/turisme-per-a-gent-curiosa>

### **Objetivos de la campaña**

- Dar a conocer la marca Barcelona es mucho más y su web.
- Dar a conocer la oferta turística para gente curiosa de las comarcas de Barcelona y su blog concreto.

En general, buscamos promover el interés y las ganas de descubrir del público local (Cataluña) de su territorio más próximo, el descubrimiento de destinos y recursos de proximidad, y el descubrimiento de propuestas y actividades alentadoras, únicas y diferenciadas.

### **Público objetivo**

Público catalán de entre 30 y 45 años, especialmente parejas y familias con niños menores de edad.

## Encargo

Hay que presentar una estrategia de campaña enfocada con **el uso de influenciadores** del territorio, que sean afines e idóneos para llegar al público objetivo y para conseguir los objetivos de campaña.

Habrà que justificar la estrategia presentada y desglosar:

- Elección de los influenciadores (número de seguidores, idoneidad, etc.).
- Número de publicaciones y contenido/formato de estas publicaciones.
- Impactos totales aproximados que se pueden conseguir (número de redes, número de impactos, etc.).
- Cualquier otro aspecto relevante que haya que destacar.
- Propuesta de otras acciones (si las hay).
- Presupuesto, desglosando las partidas presupuestarias.

## Aspectos a tener en cuenta en la elección de los influenciadores, y de las acciones

Los influenciadores elegidos no deben de tener perfiles sociales que denoten un posicionamiento político concreto, ni verbal ni a través de eslóganes en camisetas, bolsas, etc. Así como ninguna presencia destacada de marcas.

Asimismo, los influenciadores que se propongan no pueden mostrar ningún posicionamiento sobre temas controvertidos como las vacunas, por ejemplo; ni ningún posicionamiento o acción irrespetuosa hacia la diversidad social, de género, funcional, etc.

No se permitirá ninguna propuesta que implique el uso de influenciadores que empleen lenguaje verbal y corporal inadecuado y poco respetuoso tanto con el territorio como con las personas con las que se tenga cualquier interacción.

La propuesta tiene que dar protagonismo a los objetivos de la campaña, no a la marca personal de la influencer.

Todas las acciones que formen parte de la campaña tienen que destacar las webs y el hashtag de la marca Barcelona es mucho más.

### **Antecedentes de acciones anteriores**

Barcelona es mucho más ha realizado diferente acciones con influenciadores locales e internacionales. Estos son algunos ejemplos:

**Costa Barcelona Week.** Los años 2017, 2018 y 2019 se realizó un acción con influenciadores españoles e internacionales para dar a conocer la marca Costa Barcelona. Muchas de las acciones se pueden consultar con el hashtag #costabarcelonaweek y en la landing:

<http://media.diba.cat/pwt/costabarcelonaweek/index.html>

**Encuentros de instagramers.** Entre el 2014 y el 2019 se han realizado más de 30 encuentros con instagramers locales para dar a conocer diferentes destinos y propuestas turísticas. Algunas de las acciones se pueden consultar en el perfil de Instagram:

<https://www.instagram.com/stories/highlights/17958298345037202/>

**Acciones concretas con influenciadores.** Además de estas acciones, se han realizado diferentes acciones con influenciadores:

<https://saltaconmigo.com/blog/viajar-por-catalunya/>

<https://www.wetravel.cat/>

<http://www.viajandocondiego.com/>

### **Presupuesto**

Para esta campaña hay un presupuesto máximo de **25.000 € + 21% IVA.**

*Recordamos que para esta cantidad, la comisión máxima de agencia tiene que coincidir con la comisión máxima propuesta al anexo 4; esta comisión tiene que incluir los honorarios de personal, la estrategia y la gestión, así como el seguimiento de la acción y el informe de resultados.*

### **Presentación de la propuesta**

La propuesta se tiene que presentar en un documento PDF vertical con un máximo de 15 páginas, incluidas cubiertas, índice y presupuesto (el presupuesto tiene que ir desglosado por partidas e incluir el precio total, el precio del IVA, y el precio total más el IVA).

**DILIGENCIA** para hacer constar que el texto que antecede es traducción al castellano del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares y sus Anexos, aprobados por DICTAMEN de la Junta de Gobierno de la Diputación de Barcelona, de fecha 27 de enero de 2022.

En caso de discrepancia entre dicho Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares y sus Anexos, en catalán, y esta traducción al castellano, prevalecerán los primeros.

## Metadades del document

|                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Núm. expedient</b>     | 2021/0017872                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Tipus documental</b>   | Plec de clàusules o condicions                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>Títol</b>              | Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares del Acuerdo marco para la selección de diversas empresas para la prestación de servicios de gestión para la inserción de publicidad institucional, de la Diputación de Barcelona i de los entes adheridos, en los medios comunicación y en otros servicios y en otros servicios de publicidad y comunicación (dividido en 3 lotes) |
| <b>Codi classificació</b> | D0506SE01 - Serveis obert                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |

## Signatures

| <b>Signatari</b>                 |                                      | <b>Acte</b> | <b>Data acte</b> |
|----------------------------------|--------------------------------------|-------------|------------------|
| Carles Manel Barnés Garcia (SIG) | Responsable directiu Servei Promotor | Signa       | 27/01/2022 13:25 |

## Validació Electrònica del document

| <b>Codi (CSV)</b>    | <b>Adreça de validació</b>                                                    | <b>QR</b> |
|----------------------|-------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 1f4a22b3ff924a12ad79 | <a href="https://seuelectronica.diba.cat">https://seuelectronica.diba.cat</a> |           |

